

Treball de Fi de Grau

Títol

Pla de màrqueting i comunicació per
Campau, masia que es dedica al lloguer
dels seus espais per a esdeveniments

Autoria

Carla Campderà Albareda

Professorat tutor

Anna Valli

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	
Publicitat i Relacions Públiques	X

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

19/06/2020

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Pla de màrqueting i comunicació per Campau		
Castellà:	Plan de marketing y comunicación para Campau		
Anglès:	Campau's marketing and communication plan		
Autoria:	Carla Campderà Albareda		
Professorat tutor:	Anna Valli		
Curs:	2019/20	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques

X

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Comunicació, relacions públiques, màrqueting, esdeveniments, branding
Castellà:	Comunicación, relaciones públicas, marketing, eventos, branding
Anglès:	Communication, public relation, marketing, events, branding

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	Pla de màrqueting i comunicació per a la masia Campau, que es dedica al lloguer dels seus espais per a esdeveniments. En aquest projecte, es du a terme una anàlisi i una proposta per a millorar la comunicació de la masia i així, assolir els seus objectius.
Castellà:	Plan de marketing y comunicación para la masía Campau, que se dedica al alquiler de sus espacios para eventos. En este proyecto, se lleva a cabo un análisis y una propuesta para mejorar la comunicación de la masía y así, alcanzar sus objetivos.

Anglès:	A maketing and communication plan for a country house named Campau, which rents its space to hold events. This Project will carry out an analysis and draw up a proposal to improve the communication of Campau and thus achieve its objectives.

campau
espai obert



• Introducció	4
• Metodologia	6

FASE 1	
Anàlisi i investigació	
1. Anàlisi intern Campau	10
1.1 Anàlisi empresarial	11
1.1.1 Treballadors	12
1.1.2 Producte i servei	14
1.1.3 Preus	33
1.2 Anàlisi brand identity	34
1.2.1 Posicionament actual	34
1.2.2 Imatge	34
1.3 Anàlisi comunicació	36
1.3.1 Owned media	36
1.3.2 Earned media	43
2. Anàlisi extern Campau	44
2.1 Macroentorn	45
2.1.1 Entorn demogràfic	45
2.1.2 Entorn sociocultural	47
2.1.3 Entorn geogràfic	60
2.2 Microentorn	66
2.2.1 Mercat	66
2.2.2 Stakeholders	69
2.2.3 Competència	78
2.2.4 Mapa posicionament	110
3. Diagnòstic	112
3.1 DAFO	112

FASE 2	
Estratègia de marca i comunicació	

4. Objectius	116
5. Awareness: rebranding	118
5.1 Essència de marca	119
5.1.1 Significats de Campau	119
5.1.2 Brand Essence	120
5.1.3 Personality traits	121
5.1.4 Arquetips	122
5.2 Disseny estratègia de marca	124
5.2.1 Proposta de valor	124
5.2.2 Posicionament	125
5.2.3 Key insight + brand idea	126
5.3 Identitat de marca	128
5.3.1 Nom de la marca	128
5.3.3 Missió, visió i valors	129
5.3.4 Reformulació logotip	130
5.3.5 Paleta de colors	131
5.3.6 Presentació nou logotip	133
5.3.7 Llibre d'estil	133
6. Estratègia de comunicació	138
6.1 Copy strategy	139
6.2 Target	140
6.3 Punts de contacte	143

FASE 3	
Pla d'accions	
7. Resum pla d'accions	146
8. Accions	148
9. Calendari	176
10. Pressupost	178
11. KPI's	180
12. Conclusions	182
13. Bibliografia i webgrafia	184
14. Annexos	193

Introducció

Segons l'informe publicat per Oak Power, el 59% de les pimes reconeixen tenir problemes de comunicació interna, un percentatge que puja fins al 72% si ens centrem en la comunicació externa. Entre els problemes més notables en comunicació, el 50% assegura que no se les coneix; el 22% que no transmeten el que volen i un 10% que se les confon amb altres empreses. (Agencias de comunicación, s.d.)

"Aquests problemes en comunicació són bastant més habituals entre les empreses espanyoles del que pensem. Poques saben què i com han de comunicar.

En la majoria dels casos es deu al fet que no tenen els coneixements adequats i tampoc compten amb professionals per a aquesta àrea", assegura Raquel Coba, responsable d'Agenciasdecomunicacion.org. (Dirigentes Digital, 2016).

Malgrat una notable evolució positiva en les polítiques de comunicació externa de les empreses familiars, l'estudi revela que aquestes continuen sent percebudes com poc proactives, poc transparents, poc professionals i que no transmeten el seu avantatge competitiu. (Costa, s.d.)

És per això que, aquest projecte té l'objectiu de fer una pla de comunicació per a fer créixer una petita empresa que es dedica a l'oferta d'espais de la masia familiar per a diferents tipus d'activitats i esdeveniments.

La motivació per escollir aquesta empresa ha sigut la confiança i proximitat que personalment tinc amb els propietaris per així, poder desenvolupar un projecte real i factible i, al mateix temps, donar una visió més clara a la família sobre com pot ajudar la comunicació al seu petit negoci.

Objectius personals:

1. Aplicar aquells coneixements que més em motiven del grau (comunicació i disseny) i ampliar aquells que no s'han treballat en gran profunditat (màrqueting digital).
2. Aconseguir fer un pla de comunicació viable i aplicable per a l'empresa escollida.

Objectius de treball:

1. Detectar la competència, analitzar-la i comparar-la per extreure idees i una visió global del mercat.
2. Conèixer amb profunditat Campau per adequar el pla de comunicació al seu funcionament intern.
3. Analitzar els consumidors i potencials consumidors.
4. Augmentar la visibilitat de la marca a través d'una estratègia 360°.

Metodologia



Figura 1: Imatge d'inspiració.
Font: (Camille Styles, 2018)

Aquest projecte s'ha dividit en les següents fases:

Anàlisi i investigació:

Anàlisi de la Masia Campau: aquesta etapa d'investigació té el propòsit de conèixer en profunditat l'empresa. Quin és el nombre de treballadors i quines són les seves funcions, en què consisteixen els seus serveis, quin és el seu posicionament com a marca i quina imatge reflecteix. Aquesta última s'investigarà a partir de les seves eines de comunicació i màrqueting (pàgina web, xarxes socials...). D'aquesta anàlisi, es podran extreure les fortaleeses i debilitats de l'empresa.

Anàlisi de l'entorn i el mercat: en aquesta segona etapa es presentarà una exhaustiva investigació sobre tots aquells entorns i mercat que envolten el negoci de Campau i, així, poder entendre on es troba Campau, quines són les tendències del mercat i per tant, quines són les seves oportunitats i amenaces.

Anàlisi dels consumidors de Campau: es farà una recerca sobre el consumidor de Campau. Com se segmenta el públic i com es classifica i quin és el consumidor objectiu. També seria adequat, a través d'una anàlisi qualitatiu amb entrevistes de profunditat, veure quin és el procés de decisió de compra dels consumidors.

Anàlisi de la competència: es farà un estudi de les diferents empreses que proporcionen espais al públic en un àmbit més rural i que competeixen en el mercat espanyol. Com a l'anàlisi de Campau, s'observarà els serveis que ofereixen i la presència en els mitjans digitals.

Estratègia de marca: Pel fet que Campau és una empresa familiar que mai ha tingut una estratègia planificada, serà important crear, revisar i modificar, en cas que sigui necessari, una estratègia de marca que doni un missatge clar als consumidors i clients potencials. Perquè tot el procés tingui coherència, es realitzarà un llibre d'estil perquè sigui aplicable a totes les eines de Campau.

Estratègia de comunicació i pla d'accions: Després de l'anàlisi del DAFO a la fase d'investigació, es definiran els objectius més adients per a l'empresa. A partir d'aquí, es definirà el target (a qui) per a les accions i on els podem trobar (punts de contacte). Un cop sapiguem aquesta informació essencial, es passarà a la següent etapa: què volem transmetre, perquè i com.



PRIMERA FASE: ANÀLISI I INVESTIGACIÓ

Figura 2: Plantes
Font (Radostina, s.d.)

01.

Anàlisi intern Campau

1. 1 Anàlisi empresarial

Campau és una masia del segle XVII situada al Baix Penedès, concretament a Sant Jaume dels Domenys, que des dels seus orígens mai ha interromput el conreu tradicional de les terres penedesenques, la vinya i l'olivera, principalment. (Masia Campau, s.d.).

La masia és el resultat de successives ampliacions i adaptacions segons les necessitats de més de tres-cents anys d'història i respon a la construcció típica de les masies catalanes. Des d'un primer espai, amb una cuina de carbó i un taller de foc, la casa va anar creixent amb noves dependències dedicades a l'elaboració del vi, a l'emmagatzematge de les collites, amb un paller davant l'era; i a l'allotjament dels animals, amb un galliner, corral i estable. El temps ha anat reconvertint alguns d'aquests espais adequant-los per a nous usos, però mantenint i respectant l'encant del pas dels anys. (Masia Campau, s.d.)

Actualment la masia, que pertany a la mateixa família des dels seus inicis, continua la seva explotació agrícola i obre part dels seus espais per a un ús més públic (Masia Campau, s.d). Campau té unes instal·lacions adequades per l'organització de festes com casaments o aniversaris, reunions i altres activitats.

Aquest pla de comunicació se centrarà únicament en Campau com a negoci d'oferta d'espais per a diferents tipus d'esdeveniments.



Figura 3: Família a Campau.
Font: (Masia Campau, s.d)

1. 1. 2 Treballadors



Figura 4: Glòria Palau.
Font: (LinkedIn, s.d)

Campau, com a lloguer d'espais, se n'ocupa la filla de la propietària, la Glòria Palau.

Llicenciada en dret i amb estudis de mediació i *coaching*, entre d'altres.

Ha treballat en el sector de recursos humans durant quinze anys i té experiència en el sector de la comunicació i el marketing. Durant la seva estada de set anys a la Xina, ha sigut freelance com advocada, intermediària, professora i assessora de RRHH. En aquests moments es dedica al *coaching* i al *management* de Campau.

Rebuda de peticions

Rep les peticions via telèfon, xarxes socials o correu electrònic. Per respondre-les, utilitza diverses vies simultàniament: trucada, WhatsApp i correu, on envia tota la informació de preus i prestacions de serveis, un cop ja han vist la masia. Es procura no donar mai els preus abans de la visita, ja que a vegades ho descarten per pressupost. En canvi, si van a Campau primer, encara que el preu sigui més elevat del que volien, valoren treure diners d'una altra partida i invertir en Campau.

Atenció al client

Visita guiada i resposta a totes les necessitats dels clients. Ajuda amb la contractació d'altres serveis, resoldre dubtes i preocupacions.

Gestió de xarxes socials

Encarregada de gestionar les xarxes socials de la masia i crear contingut per als seus usuaris.

Captació de clients

Construir bones relacions amb els prescriptors (càterings, *wedding planners*, etc.) i localitzadors (persones que busquen espais per productores). Els convida a visitar Campau perquè coneguin la masia i puguin recomanar-la als seus clients.

Management de la masia

Gestió i organització de Campau. Responsable de renovar i millorar les instal·lacions de la masia.

SALA CELLER



Figura 5: Sala Celler
Font: (Masia Campau, s.d)

Espai de 120m2 on es poden fer tota mena d'actes, des de reunions de treball a presentacions, conferències, concerts, festes i celebracions.

És un espai diàfan amb grans obertures al jardí i a les vinyes del Penedès. Està equipat amb una cuina i serveis. (Campau, s.d.)

PATI DELS ARCS



Figura 6: Pati dels Arcs
Font: (Masia Campau, s.d)

Espai de 250m², 150 dels quals estan coberts pels arcs. El pati central, de 100m², es pot tancar opcionalment amb una vela. Té una capacitat de fins a 180 persones.

És un lloc adequat per a tota mena de festes i celebracions, junt amb la Sala Celler, s'obra al jardí amb vista a les vinyes. Antigament, era el corral del ramat de la masia. (Campau,s.d.)



Figura 7: Sala Paller.
Font: (Masia Campau, s.d)

SALA PALLER

Espai de 50m2 on es poden realitzar reunions de treball, presentacions, conferències, etc. Té wifi i aire condicionat. Té una capacitat de fins a 50 persones en distribució

de teatre. Rep aquest nom perquè l'edifici era l'antic paller de la masia, davant de l'era, on es trillava el blat. (Campau, s.d.)



Figura 9: Jardí de les oliveres
Font: (Masia Campau, s.d)



Figura 8: Jardí de les oliveres
Font: (Masia Campau, s.d)



Figura 10: Jardí de les oliveres
Font: (Masia Campau, s.d)

Nova nau rodejada per un jardí d'oliveres, l'espai té diferents ambients que s'adapten a qualsevol necessitat i amb una gran capacitat, que es pot reduir i ajustar als requisits del client. A la nit, una magnífica il·luminació nocturna el converteix en un lloc únic i especial. Compte amb un gran espai equipat per a càterings. (Campau, s.d.)

JARDÍ DE LES OLIVERES



Figura 11: L'antiga Cuina
Font: (Masia Campau, s.d)

L'ANTIGA CUINA



Figura 12: Baluard
Font: (Masia Campau, s.d)

BALUARD



Figura13: Balastrada del Pi
Font: (Masia Campau, s.d)

BALAUSTRADA DEL PI



Figura 14: Celler de les Bótes
Font: (Masia Campau, s.d)

CELLER DE LES BÓTES

NIT PELS NUVIS A CAMPAU



Figura 15: Pati dels arcs
Font: (Masia Campau, s.d)

MASIA VACACIONAL

Casa equipada per viure. La masia com a vivenda solament es lloga a l'agost per aquelles persones que van a Campau com a casa vacacional.

- 7 dormitoris
- 9 llits
- 4 lavabos



Figura 16: Habitació pels nuvis
Font: (Palau, s.d)

Campau ofereix als nuvis la possibilitat de passar la nit després de la celebració a la masia amb l'esmorzar de l'endemà inclòs. Aquest servei està inclòs al preu del lloguer de l'espai pel casament.



Figura 17: Planta
Font: (Akin, s.d)

1.1.4 Preus

Tarifa base

3.500€

Per a empreses, es fa una personalització de pressupost segons les seves necessitats i les hores que volen llogar-la.
La tarifa mínima és de 500€.

La masia com a casa vacacional es lloga per 4.500€ la setmana.

1.2 Anàlisi brand identity

1.2.1 Posicionament actual

Empresa i masia elegant, singular i flexible, dóna la llibertat per sentir-te com a casa.

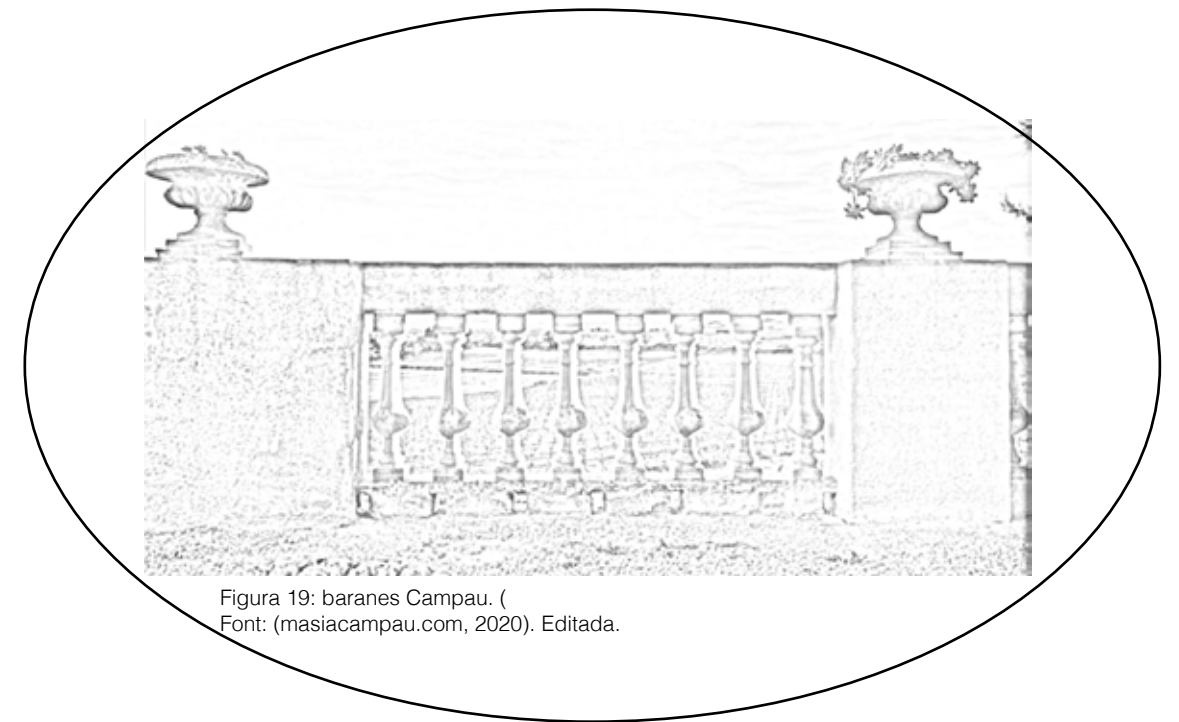


Figura 19: baranes Campau. (Font: (masiacampau.com, 2020). Editada.)



Figura 18: Logotip Campau. Font: (Masia Campau, s.d)

1.2.2 Imatge

Naming:

Campau és l'abreviació de 'Camp de pau'.

A vegades, s'entén 'Can Pau' i això porta a certa confusió. Aquí detectem un problema, si es recomana Campau via boca-orella, podem perdre possibles clients a causa d'aquest malentès.

Encara que no es coneix la història de la procedència del nom, a la família li agrada imaginar-se que va

ser el primer pagès de la família que va comprar un tros de terra després d'una època molt dura i hostil.

Fins i tot, abans de construir-hi res, ni molt menys la masia, el pagès s'hi va asseure, al bell mig i respirant profundament amb l'alegria i la il·lusió de començar de zero, va poder sentir la pau que dóna el saber que camines cap a on vols anar. Va sentir pau al camp; el seu projecte, la seva il·lusió començava en aquell Camp de Pau, que amb el

temps passaria a ser Campau.

S'imaginen que el nom bé d'aquell benestar que produeix aquest moment. Aquesta és també la màxima per viure i treballar de la família: gaudeix, esforçat a fer-ho molt bé, diverteix-te i comparteix les il·lusions. Quan arribi el moment de repòs després d'un gran esforç, sentiràs la pau que dóna la recompensa d'haver treballat bé.

Logotip:

Campau, té una combinació de logotip (campau) i isotip (la M convertida en tres columnes). A sota de Campau, es posa "Espai obert", referent a l'oferta dels espais de la masia al públic.

La M de Campau, convertida en isotip, representa les columnes de les baranes típiques de l'arquitectura de la masia.

La tipografia del logotip és Arial de pal sec en negreta, encara que és senzilla, clara i moderna, pot ser que sigui difícil quedar-se a la ment del consumidor.

1.3 Anàlisi comunicació Campau

1.3.1 Owned media

Figura 20: Wall
Font (Klen, s.d.)

36

1.3.1.1 Pàgina web i SEO

<http://masiacampau.com/>

*Consultar annex A i B per a més informació.

Disseny web

Senzilla, amb una estètica simple i facilita la navegació. Construïda l'any 2005 amb una estètica antiquada.

Tendència tràfic

El tràfic orgànic aproximat en un mes és de 114 cerques. El tràfic puja a les temporades de bon temps (primavera/estiu).

Paraules clau i posició orgànica

La paraula clau que porta més tràfic és **“masia campau”**. Per tant, la pàgina web té principalment tràfic directe. La segona paraula utilitzada en els cercadors per trobar la pàgina és “can pau”. Això ens indica que els usuaris confonen el nom de la masia. El seu tràfic és directe però solament un 20% de les vegades posiciona en els primers llocs del cercador.

Competència not branded keywords

Les següents *keywords* són les que tenen un volum de cerques més elevat i són les que s'utilitzaran a l'estratègia SEO. L'anàlisi de Semrush de la paraula clau ‘bodas en tarragona’, en els deu primers resultats, surten dues pàgines definides com la competència directa de Campau: Masia Can Martí i La Boella. Les altres *keywords* amb un tràfic elevat són: ‘espacios para eventos’, ‘bodas cataluña’ i ‘bodas barcelona’.

Backlinks

Hi ha backlinks¹ de qualitat en un fòrum de bodes, encara que també trobem enllaços spam procedents de Dinamarca.

Eina utilitzada: (Semrush, 2020)

¹ Backlink: Els Backlinks són els enllaços entrants que apunten des d'altres pàgines a la teva pròpia. El número de backlinks de la teva pàgina és important perquè com més pàgines rellevants t'enllacen més notorietat guanyarà el teu web als ulls de Google. (40defebrero, s.d.)

1.3.1.2 Instagram

En aquests moments, Campau compte amb dos perfils d'Instagram: @masiacampau i @campau_events.

El primer és l'oficial de Campau i el segon, és un Instagram portat per la masovera de la masia, que també és *wedding planner* i organitza alguns dels seus casaments a Campau. Abans que la Glòria Palau tornés de la Xina, ella portava tota la gestió de la masia.

El problema sobre @campau_events és que solament es publiquen casaments, quan la masia també acull altres tipus d'esdeveniments. A més a més, solament es publiquen les bodes organitzades per aquesta *wedding planner*, per tant, s'etiqueta únicament la seva empresa de càterin, quan en moltes ocasions, són altres empreses les que donen aquest servei en els casaments de Campau.

Seguidors	125
Publicacions	38
Freqüència publicacions	Molt irregular. Els últims mesos s'han fet publicacions cada dos mesos. Altres temporades les fotografies s'han pujat a Instagram setmanalment.
Engagement	L'engagement és correcte respecte els seguidors que té.
Disseny	Fotografies en general bastant cuidades. Són dels espais vuits sense cap tipus de decoració. El feed no segueix cap estètica en concret. El perfil compte amb històries destacades sobre la masia i la vida d'allà en els diferents espais.
Cercador/ posició	Si busquem 'campau' en el buscador, ens surt @campau_events com a primera opció i no trobem la pàgina oficial de la masia. En canvi, només posar al buscador "masiac" en surt @masiacampau com a segona opció i @campau_events la quarta. Això ens indica una bona posició.

Figura 21: Instagram Campau. (Instagram, 2020)



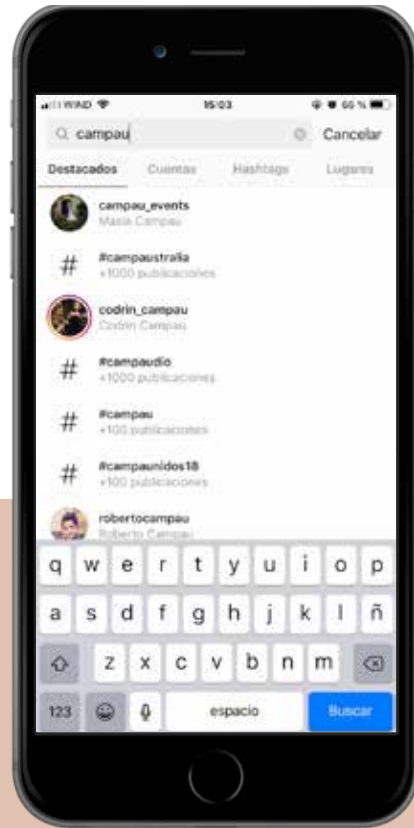
Figura 21: Instagram Campau. (Instagram, 2020)



Figura 22: Cercador d'Instagram. (Instagram, 2020).



Figura 22: Cercador d'Instagram. (Instagram, 2020).



1.3.1.3 Facebook

Seguidors	417
Likes	És un perfil personal i no una pàgina d'empresa.
Freqüència publicacions	Des del setembre de 2018 que no es fan publicacions.
Engagement	Molt baix.
Disseny	En aquesta xarxa social, a més a més de penjar les fotografies dels espais, també es comparteixen les publicacions de clients o de col·laboradors, com ara fotògrafs.
Cercador/ posició	Si busquem 'campau' en el buscador de Facebook, el perfil de la Masia Campau surt com a primera opció. El perfil de l' <i>event planner</i> /masovera de la masia, surt a la segona opció de les pàgines de negocis.



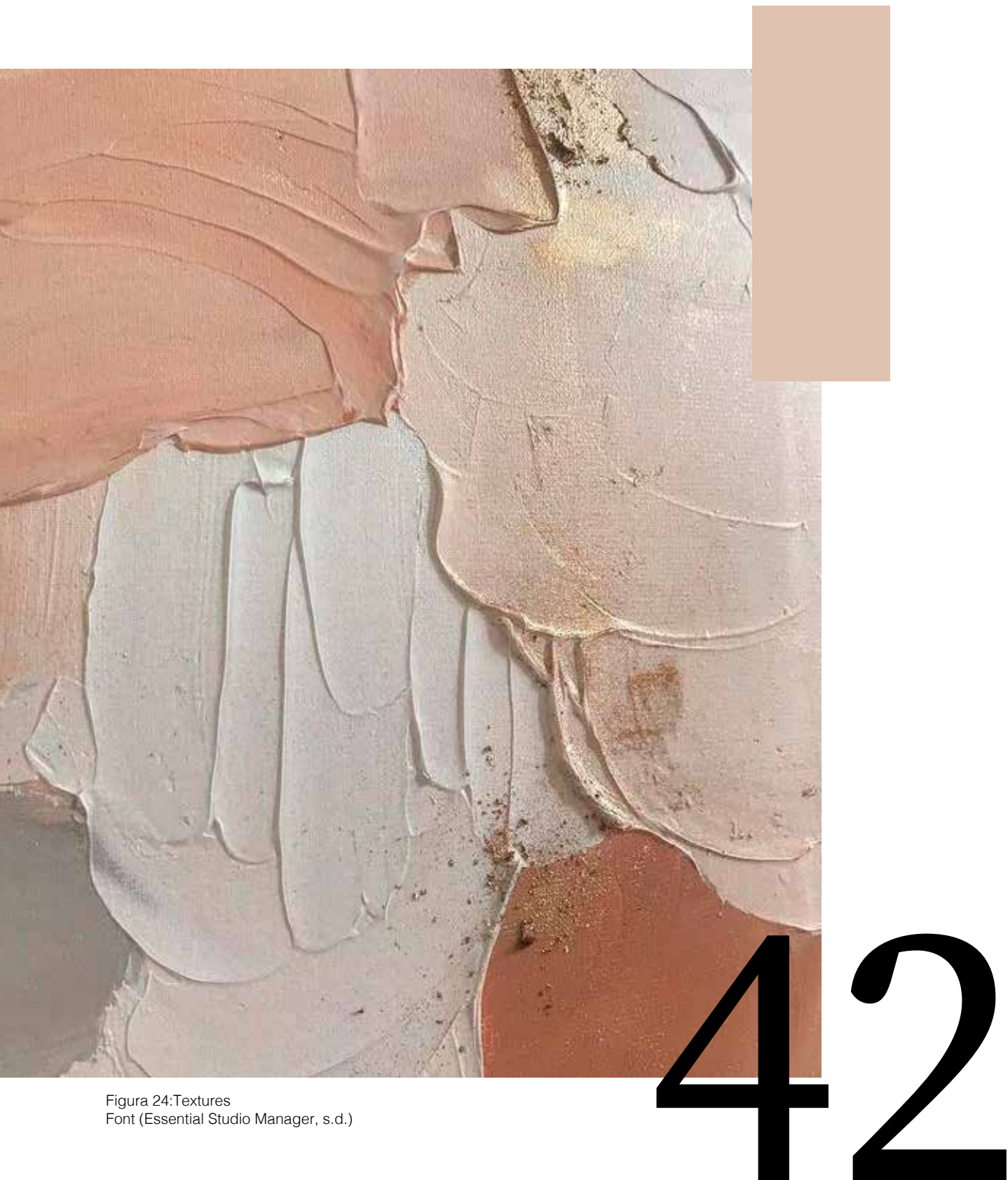


Figura 24:Textures
Font (Essential Studio Manager, s.d.)

1.3.2 Earned media

Com hem vist a l'anàlisi de la pàgina web, quan busquem "Campau" al cercador de Google, apareixen webs i blogs que han parlat sobre la masia.

Bodas.net: és el portal de bodes líder en el món, ofereixen continguts i eines que ajuden a les parelles en cada pas per organitzar un casament (localització, càterring, vestit...). Tenen una comunitat que comparteix opinions i experiències. La masia Campau té el segell de recomanat per bodas.net. Si fem una recerca de masies a Tarragona a la web, Campau surt com una de les primeres opcions. **Problema:** moltes *reviews* parlen de la responsable de la masia de forma equivocada. Es refereixen a la *wedding planner*, la masovera, com a l'organitzadora, quan realment, solament és la que s'ocupa d'organitzar un casament en concret si ella és contractada.

ZankYou: és una pàgina de bodes i ofereixen els mateixos serveis que bodas.net. Campau apareix en una bona posició al cercar "masies a Tarragona", però, no té cap puntuació ni ressenyes.

Sensacions: un càterring de Sant Cugat del Vallès que recomana espais per esdeveniments. Un d'ells la Masia Campau.

1.3.1.4 Airbnb

La masia es lloga per Airbnb, no la porta la propietària, sinó uns coneeguts. Fet que s'ha de resoldre.

A l'anunci li manquen fotografies i s'ha de millorar la qualitat de les que estan penjades. A més a més, hi ha errades com "masia rural" i "Can Pau" en comptes de 'Campau'.



Figura 25:Anunci Airbnb Campau
Font (Airbnb, s.d.)

02.

Anàlisi extern Campau

2.1 Macroentorn

2.1.1 Entorn demogràfic

*Consultar l'annex C per a més informació.

La població espanyola supera els 46,6 milions de persones.

La immigració ha sigut la causa fonamental del creixement de la població, ja que seria solament de 42,1 milions de persones si no fos per l'aportació dels immigrants. (IPFE, 2018)

La població estrangera resident a Espanya (nacionalitat no espanyola), s'ha situat en 4.419.621 i representa el 9,5% de la població. (INE, 2018).

2.1.1.1 Nupcialitat

Descens vertiginós dels matrimonis a Espanya si mirem al passat. (IPFE, 2018).

Aquest descens haguera sigut major si no fos per la injecció de matrimonis internacionals, 27.392 al 2017. Espanya té, junt amb Itàlia, Portugal i Eslovènia la taxa de nupcialitat més baixa. (IPFE, 2018).



Figura 26. Gràfic Evolució de la taxa de nupcialitat. Evolució de la Família a Espanya. Font: (IPFE, 2018)

Si anem un any enrere, la taxa de nupcialitat ha augmentat en un 5,2%. El que significa tres anys seguits a l'alça. (INE, 2018). En el següent gràfic es pot observar que **Catalunya i Balears són unes de les Comunitats Autònomes amb més casaments.**



Figura 27. Principals indicadors de nupcialitat 2016.
Font: INE 2018.

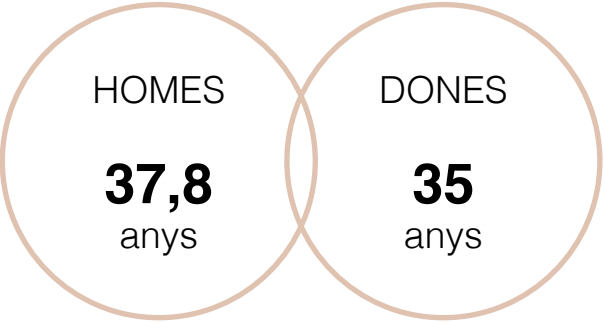
Els espanyols cada vegada es casen més tard: 36,4 anys de mitjana. (IPFE, 2018).

Quasi 3 de cada 4 matrimonis (73,7%) es casen exclusivament per la via civil. Aquests han tingut un creixement espectacular, passant de 52.000 al 2000 a més de 124.000 al 2017. (IPFE, 2018).

Matrimoni homosexual

L'any 2016 els matrimonis entre persones del mateix sexe representaven el 2,5% del total. (INE, 2018). El 2016, Espanya va celebrar un total de 4.320 bodes de parelles del mateix sexe, de les que 2.132 van ser de dones i 2.188 entre homes. (INE, 2016)

La regió de Barcelona i Tarragona és on més bodes homosexuals se celebren en tot Espanya (7.720 bodes) amb domini de les zones costaneres de Barcelona i Tarragona. (INE, 2016)



2.1.2 Entorn sociocultural

*Consultar annex D per a més informació.

2.1.2.1 Religió

La llibertat de culte està garantida per la Constitució Espanyola, igualment, la gran majoria de la població és Catòlica. Altres religions practicades a Espanya són la musulmana, l'hebrea, la protestant o la hindú, que compten amb llocs on practicar els seus respectius cultes. (spain.info, s.d).

CATÒLICS	68,3%
NO CREIENTS, ATEUS, AGNÒSTICS	27,9%
CREIENTS D'ALTRES RELIGIONS	2,6%

Segons les dades del CIS (2019)

Hi ha una progressiva disminució en la pràctica religiosa, en l'assistència als diferents ritus religiosos (batejos, comunions i matrimonis catòlics) i en el percentatge d'espanyols que es reconeixen com a catòlics. (Conferència Episcopal Espanyola, 2006). Els estudis del CIS (2019) mostren diferències generacionals: segons el baròmetre d'opinió fet el març de 2019, un 46,1% dels

espanyols entre 18 i 24 anys diu ser catòlic, mentre que un altre 46,1% es reconeix com no creient o ateu.

Segons el mateix estudi, els joves-adults (25-34 anys), que es troben en una edat propera a casar-se, són creients en un 52,5%.

2.1.2.2 Casaments

L'any 2018 la xifra ascendeix a 163.439 noces de les quals un 23,2% corresponen a noces celebrades per l'Església (37.859). La tendència en els últims anys d'enllaços civils ha anat a l'alça. (IFEMA, 2019).

Els espanyols es gasten de mitjana uns 20.000 euros a la seva boda. Catalunya està per sota de la mitja, amb una despesa de 17.900€. (Cronoshare, 2020).

“Unes noces típiques a Espanya compta amb uns 130 convidats de mitjana”.
(Cronoshare, 2020)

L'època de l'any és un altre dels factors que encareixen o abarateixen el cost. Casar-se en temporada baixa (desembre, gener i febrer), és fins a un 20% més barat que en temporada alta. A més a més, el dia de la setmana també determina el preu. Casar-se un divendres pot reduir l'import del menú en un 10%. (Cronoshare, 2020)

*

Tecnologia

Les noces ja compten amb aplicacions per a la gestió i organització de l'esdeveniment. Aquestes apps et permeten tenir a mà tots els detalls de l'organització, incloent-hi empreses dedicades a noces, articles, control de despeses, llistes de convidats i moltes altres coses més.

Les noces civils corresponen gairebé al 80% (122.472) dels casaments. (IFEMA, 2019).

Tendències rellevants per al 2020 segons la revista ZankYou:



La **il·luminació** ambiental entra com a protagonista en les noces, i no sols en exteriors sinó també interiors, establint el to i l'estat d'ànim del moment.



Els nuvis estan buscant alternatives per a **reduir l'impacte ambiental** per a la seva celebració. Hi ha alternatives fàcils de fer unes noces 'eco' amigables, com utilitzar elements fets a partir de paper reciclat o fins i tot oferir en el servei àpats *finger food* i plats locals i orgànics.

Informació rellevant sobre els casaments d'altres religions:

Protocolo.org (2019).

Bodes protestants

En general, són iguals a les bodes cristianes.

Bodes musulmanes

La boda musulmana se celebra en una mesquita.

Acostuma a durar de tres dies a una setmana, solen ser a casa d'algun dels contraents, o com ocorre en altres religions, es permet que siguin en un local públic (hotel, restaurant, etc.).

Bodes hindús

La tradició no requereix cap element específic ni activitat que no es pugui celebrar a Campau.

Bodes jueves

La cerimònia se celebra en una Sinagoga, encara que també es pot celebrar fora d'ella, sempre que s'efectuï el ritual sota un pal·li -espècie de dosser col·locat sobre quatre o més vares llargues, sota el qual es du a terme el Santíssim Sagrament.

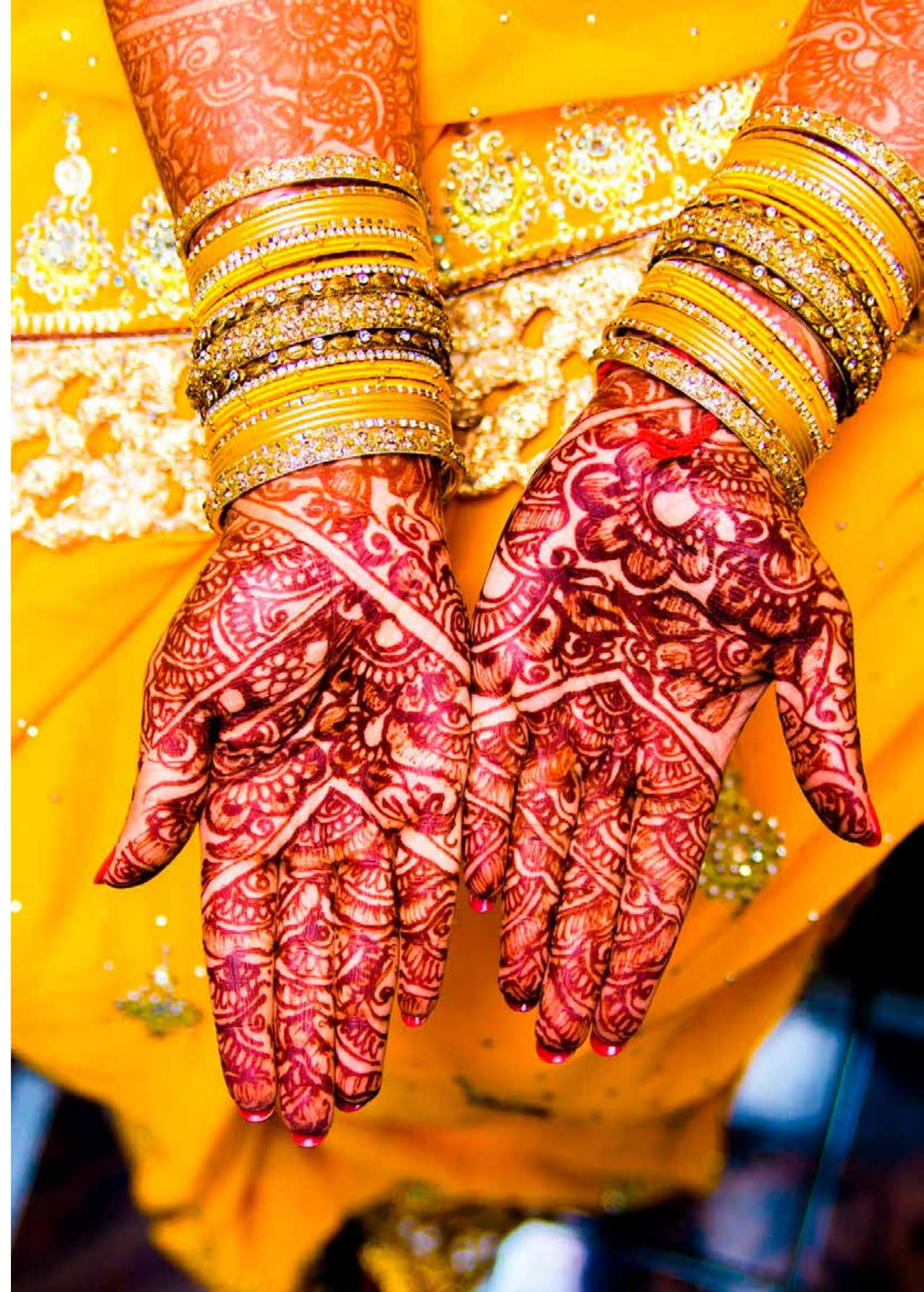


Figura 28: Boda hindú
Font: (Irshad Rahimbux, s.d.).

2.1.2.3 Festes

Distribució percentual de la població espanyola en funció de la freqüència amb què es va reunir amb la seva família l'any 2015. (Statista, 2019)

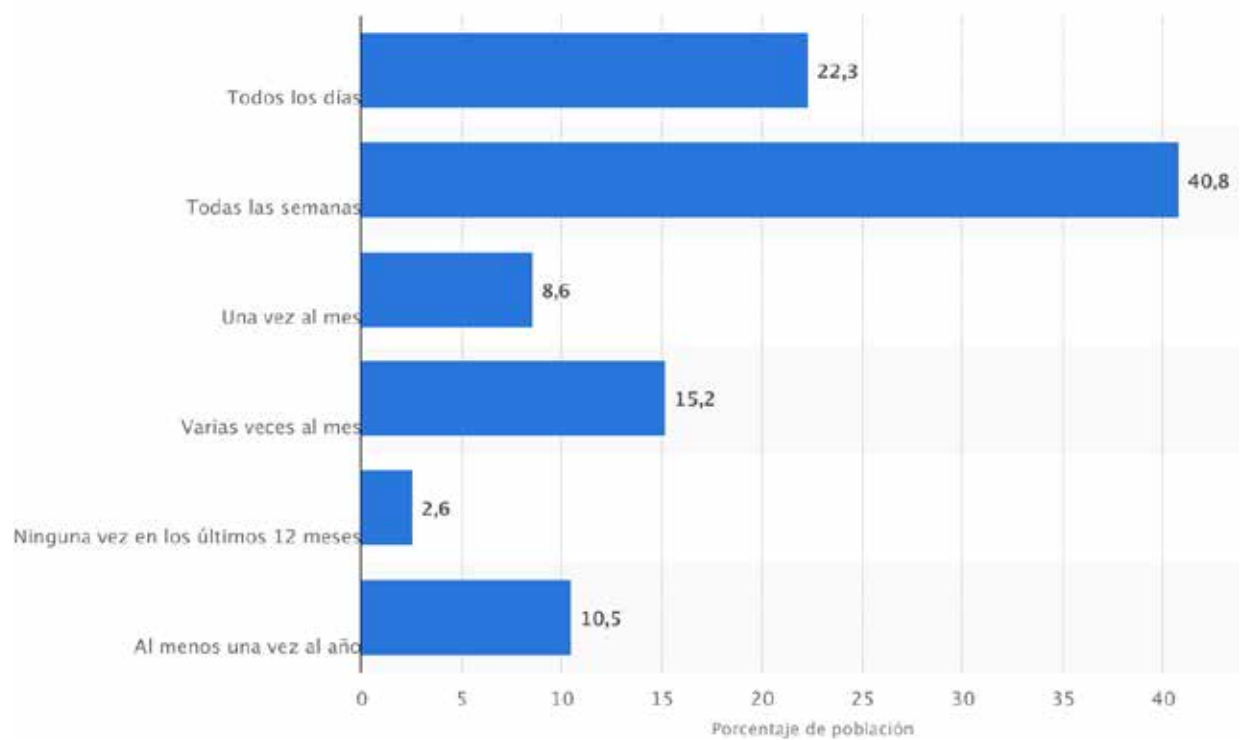


Figura 29: Freqüència de reunions familiars a Espanya. Font: (Statista, 2019).

Dies on les famílies espanyoles cristianes i amics es reuneixen:

- Bateig
- Comunió
- Posada de llarg
- Aniversari de bodes
- Aniversaris
- Sant Esteve
- Dinar de Nadal
- Any nou
- La nit de Nadal
- Tots sants
- Reis
- Setmana santa
- Festa de graduació
- Bodes d'or i plata
- Homenatges i jubilacions



Figura 30: Brindis
Font: (Pen_ash, s.d.).

2.1.2.4 Turisme

Segons Statista (2018), els residents d'Espanya van realitzar l'any 2018 al voltant de 200 milions de viatges en els quals s'estima que van gastar més de 47.000 milions d'euros. **La major part d'aquests viatges van tenir lloc dins del territori nacional, és a dir, el turisme domèstic preval sobre el turisme emissor.**

Centrant-nos en el mes d'agost de 2019 els espanyols van realitzar un total de 24.961.920 viatges, dels quals 21.514.838 (86,19%) es van fer dins del territori espanyol. (INE, 2019). Segons Statista (2018), El 49,8% dels viatges són per oci i vacances i el 8,2% per viatge de negocis.

Pel que fa al desplaçament, el 82,1% dels espanyols agafen el vehicle propi quan realitzen un viatge dins del territori, un 5,2% viatja en avió i el 12,7% en altres transports com el tren o l'autobús. (Statista, 2018).

L'ocupació hotelera (residents i no residents) va ser d'un 77% (12.893.364 viatgers), als acampaments turístics un 58% (2.068.261 viatgers), **als apartaments turístics un 59% (1.852.927 viatgers) i finalment, l'ocupació en allotjaments de turisme rural va ser d'un 43% (654.473).** INE (2019).

Turisme rural i apartaments turístics

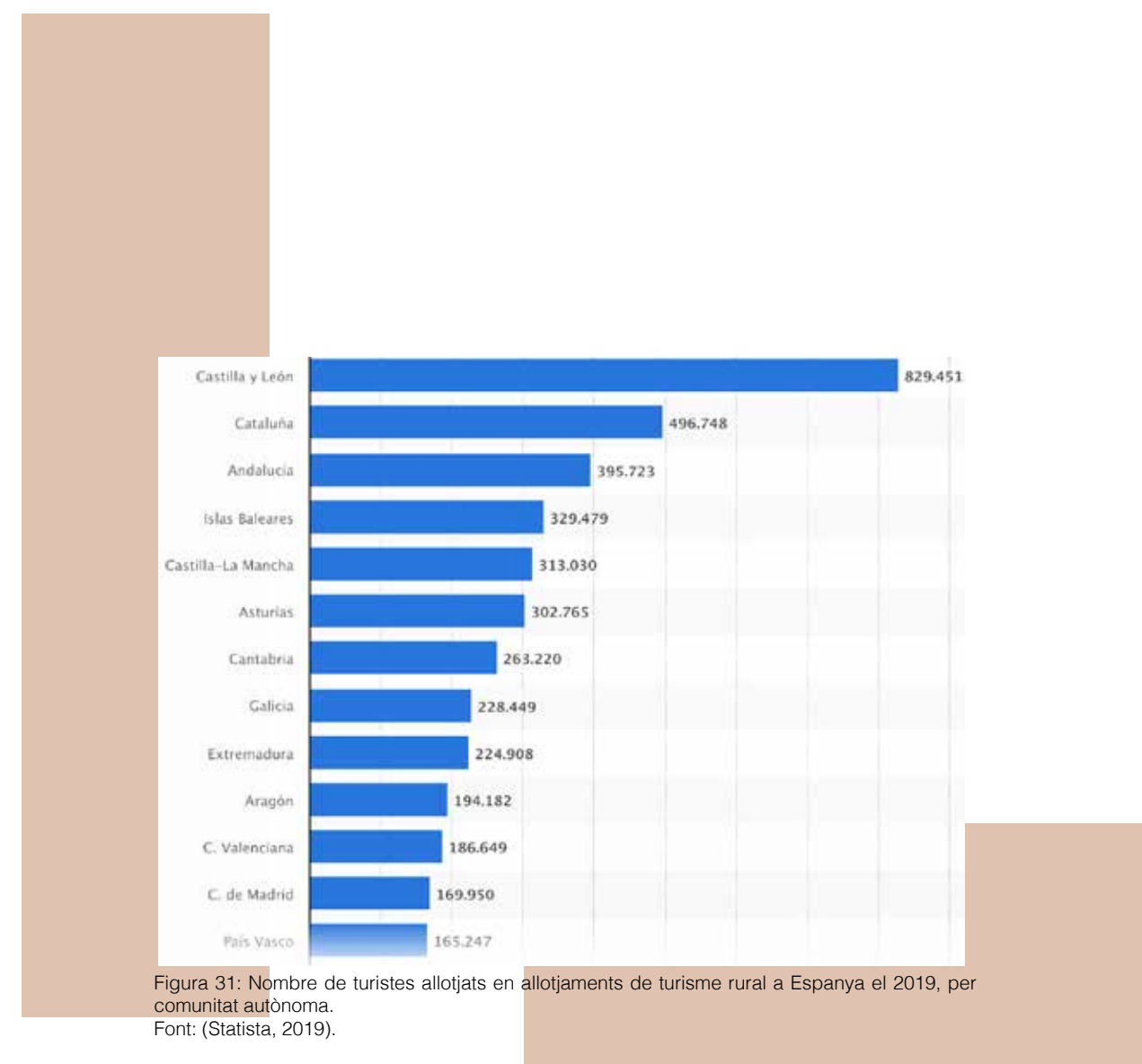
Segons la OMT (2019), "el turisme rural és un tipus d'activitat turística en el qual l'experiència del visitant està relacionada amb un ampli espectre de productes vinculats, en general, amb les activitats de naturalesa, l'agricultura, les formes de vida i les cultures rurals, la pesca amb canya i la visita a llocs d'interès".

Les activitats de turisme rural es desenvolupen en entorns no urbans (rurals) amb les següents característiques (OMT, 2019):

1. Baixa densitat demogràfica,
2. Paisatges i ordenació territorial on prevalen l'agricultura i la silvicultura, i
3. Estructures socials i formes de vida tradicionals

El nombre de turistes rurals residents a Espanya és de 3.523.734 i el nombre d'estrangers s'apropa als 888.000. Statista, (2019).

Com es pot veure en el següent gràfic Castella i Lleó, Catalunya i Andalusia, són les comunitats autònomes líders en el turisme rural a Espanya. Si bé Catalunya és la segona comunitat autònoma amb més viatgers de turisme rural, és la tercera quan parlem d'allotjaments rurals oberts al territori. (INE, 2019)



2.1.2.5 Cultura empresarial

*Consultar l'annex E per a més informació.

L'àrea de RRHH preveu noves tendències empresarials en aquest departament.

Endomarketing: generar campanyes i estratègies de marketing, no només centrades en el client, sinó també en el compromís i les preferències dels empleats. (IEBS, 2019)

Employer branding: la imatge que dóna una empresa als seus clients, empleats i sobretot, als potencials candidats. Cada vegada són més les empreses que centren els seus esforços a crear una proposta de valor mitjançant aquest últim concepte, ja que un empleat content serà el millor promotor del negoci. (Estaún, 2019).

People-first: els empleats adquireixen un gran protagonisme. (Observatori de RRHH, 2019).

Off Site Meeting: és una pràctica que emprenen les empreses innovadores. Aquest mètode trasllada l'espai de treball a un entorn diferent, lluny de l'oficina. (IEBS, 2019).

Un 82% de les companyies Top Employers a escala mundial compta amb pràctiques de gestió de l'estrès.

Team Building per fer créixer un negoci. Aquesta és una pràctica que millora la productivitat i l'actitud de l'equip. Es tracta d'organitzar activitats per a fomentar el treball en equip i la cohesió entre els treballadors amb l'objectiu de millorar la coordinació entre ells i la relació amb l'empresa. (Work Meter, 2018). A més a més, s'aconsegueix que el personal sigui més feliç en el treball

utilitzant un benestar tant físic com psicològic. (Romero, 2016). El mateix Romero (2016), emprenedor, consultor i speaker, explica que "dins de les empreses saludables, les activitats recreatives per a empreses són un gran pilar de l'estratègia, i és que, aquestes dinàmiques empresarials permeten conservar la salut i eliminar tensions." Com diu Work Meter (2018), les ac-

Rural Meeting:

En els últims anys, els establiments rurals que s'han especialitzat en el nínxol d'esdeveniments i reunions d'empresa han incrementat.

Les recents dades presentades per l'Observatori del Turisme Rural en el V Congrés Europeu de Turisme Rural (COETUR) posen de manifest que l'especialització actual dels propietaris en el nínxol d'esdeveniments és del 23,3% sobre el total i, en reunions d'empresa, del 5,2%. (Cano, 2018).

Pel que fa a les empreses, Cano (2018) explica que "es considera l'esdeveniment corporatiu com a generador de valor estratègic, motiu pel qual les empreses estan disposades a incrementar els seus pressupostos en aquest tema".

Les organitzacions busquen experiències autèntiques, de la mà d'experts professionals del coaching i

team building. D'altra banda, en els dos últims anys, el volum d'empreses que realitzen les seves reunions de treball fora de la ciutat ha augmentat del 14% al 24%, segons dades proporcionades per Rural Meeting. (Cano, 2018).

Per situar-nos en context, el mercat de les reunions d'empresa de petit format (d'1 a 50 persones) a Espanya es calcula al voltant de 70.000 reunions/any, que són el 62% de les reunions de treball.

Finalment, els trasllats continuen sent el gran hàndicap a l'hora de confirmar els esdeveniments d'empresa en entorns rurals. Però les empreses estan disposades a invertir una hora de viatge. (Cano, 2018).

Aquestes dades i les tendències actuals, indiquen que l'entorn rural està en un bon moment per a especialitzar-se i captar aquest públic.

tivitats més demandades provenen de l'esperit esportiu i la filosofia de treball en equip, on els empleats han d'aprendre a confiar amb els seus companys i assumir el seu rol.

Com explica Paulina Lordméndez (2014), un estudi de la Universitat de Carolina del Sud, va demostrar que les persones són més productives en zones verdes. Segons un

estudi de Stanford (2014), un 100% dels que van fer un passeig van generar, com a mínim, una idea de qualitat, en comparació al 50% que van quedar-se asseguts a dins de l'oficina. També es va demostrar que, quan la gent s'asseia després de passejar, continuaven sent més creatius.

Esdeveniments empresarials

Coaching, seminari o formació

Conferència

Congressos i convencions

Esdeveniments del motor

Esdeveniments per a empreses

Exposicions

Reunions

Roda de premsa

Workshop

Sopar de gala

Menjars o sopars empresarials

Festes de Nadal

Produccions i rodatges

Sessions fotogràfiques

Show cooking

Showroom

Team Building



Figura 32: Team work
Font (Hassan, s.d.)

2.1.3 Entorn geogràfic

La masia Campau es troba a Sant Jaume dels Domenys, un municipi de la comarca catalana del Baix Penedès, a la província de Tarragona.

La població és de 2.622 habitants, amb una densitat de 107,46 hab/km². El municipi té una superfície de 24,4 km² i una altitud de 213m.

L'agricultura i la ramaderia són les activitats econòmiques principals. Més de la meitat del territori és ocupada per terres agrícoles, majoritàriament de secà. Els principals conreus són la vinya, els cereals, les oliveres, els ametllers i els garrofers. La Cooperativa Agrícola fou fundada l'any 1917 (el

maig del 2000 s'inaugurà una nova seu que acull també l'oficina de la divisió financera d'aquesta entitat, la Caixa Agrària). Els vins que produeix el celler cooperatiu (1961) s'inscriuen en la denominació d'origen Penedès. A la muntanya abunda la garriga i el bosc de pi blanc. Hi ha granges avícoles, de porcs i de vedells, a més de bestiar oví.

La indústria és representada per algunes fàbriques de gèneres de punt, de metal·lúrgia i de material elèctric. El municipi disposa dels serveis mèdics i escolars bàsics, a més d'instal·lacions esportives, entre les quals hi ha les del Golf Centre Sant Jaume. (Viquipèdia, s.d.)

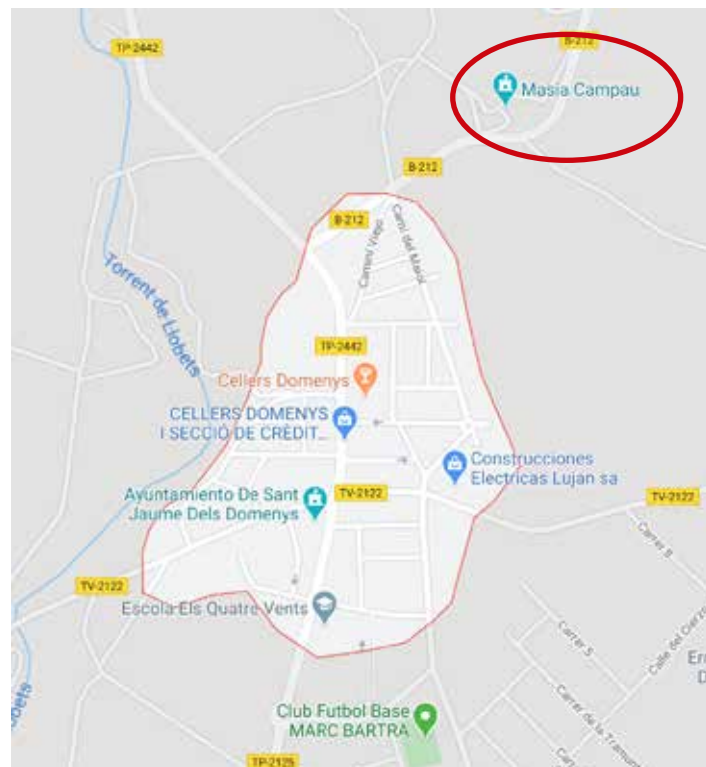


Figura 33: Sant Jaume dels Domenys a Google maps.
Font: (Google maps, 2020).

Llocs d'interès



Figura 34: El Montmell.
Font: (Tarragona Digital, 2019).

Àrea recreativa forestal del Montmell

El Municipi del Montmell disposa d'una àrea recreativa a la Serralada, preparada per poder fer barbacoes i acampades a l'aire lliure. Hi ha servei de lavabos i aigua potable.

Per a la seva utilització cal omplir i adreçar la sol·licitud a l'Ajuntament per correu electrònic. Per poder acampar s'ha de fer un ingrés de 2 euros per persona/nit i 5 euros per tenda/nit (màxim 3 nits).

Una vegada reben la sol·licitud, indiquen la forma de pagament. Pels menors de 14 anys l'acampada és gratuïta així com el servei de barbacoa. (Ajuntament Montmell, s.d.).

Rally Catalunya

Des del 1991 que es fa el Rally Catalunya puntuable pel Campionat del Món. De forma quasi habitual sempre que ha transcorregut per les comarques Tarragonines, s'ha fet el tram del Montmell en la versió actual.

La tercera i última part del tram transcorre per la TP-2442, culminant amb un descens vertiginós fins a l'arribada a Les Ventoses, prop de Sant Jaume dels Domenys.

El tram del Montmell es transmet per televisió a escala internacional. (Rally Racc, s.d.).



Figura 35: Rally Catalunya, tram Montmell.
Font: (Rally Racc, s.d.).

Pantà de Foix

El pantà de Foix, procedent del riu Foix, té un entorn forestal molt ric i un municipi que l'acull, Castellet i la Gornal.

El pantà fou construït a conseqüència de la greu crisi agrària i econòmica de finals del segle XIX. L'embassament descansa com una de les poques zones humides del Penedès dins del Parc del Foix, una localització privilegiada en què conviuen diferents ambients ecològics. Així, dependent de la zona es poden trobar pins o alzines, a més a més

de diferents tipus de vegetació de ribera, com freixes o àlbers.

Passejant pels camins d'aquest paratge natural - on es poden fer caminades guiades - també ens trobem amb una gran varietat de fauna.

Finalment, en el municipi de Castellet i Gornal, trobem el castell de Castellet, fortalesa medieval documentada des del segle X s'aixeca portentosa en un turó sobre l'embassament. (La Vanguardia, 2017).



Figura 36: Pantà de Foix.
Font: (Mandalawines, s.d.).

Massís de Bonastre

Espai Natural Protegit que marca el canvi entre la depressió Penedès-Vallès i el Camp de Tarragona. Està format per petites muntanyes de roca càrstica entre camps de conreu de secà.

A l'espai, que està envoltat per diverses urbanitzacions, es practica el senderisme, la BTT, l'espeleologia i la caça. Passejant pel seu interior es poden contemplar diverses edificacions de pedra seca. El monument més rellevant és l'ermita de Sant Antoni d'Albinyana, construïda al segle XVIII sobre les ruïnes d'un antic castell. Està a la part alta de la serra de Quadrell i gaudeix de bones vistes sobre la comarca del Baix Penedès.

Dominen les zones forestals amb matolls, màquies i pinedes de pi blanc combinades amb extensions de cultius arboris tradicionals mediterranis.

L'alternança de bosc i camps de conreu afavoreix la presència de diverses espècies protegides, com l'àguila cuabarrada, que nidifica en l'Espai. Entre els mamífers destaca la presència d'eriçó fosc, llebre europea, senglars i ratpenats i entre els rèptils la serp de ferradura. L'àguila cuabarrada nidifica en l'Espai. També hi ha poblacions de duc, còlit negre, cogullada fosca, cucut reial, enganyapastors europeu i siboc. (Catalunya, s.d.).

Figura 37: Massís de Bonastre. Wikipedia. (s.d)



Altres:

Pont Romà
Torre medieval de Lletger
Necròpolis cristiana
Costa Daurada
Pica Baptismal
Església parroquial de Sant Jaume
Museu litúrgic

Castell de Tamarit

Figura 38: Castell de Tamarit. National Geographic (s.d)



Enoturisme Celler Domenys

Figura 39: Vinyes del Celler Domenys. Celler Domenys. (s.d).



Aqüeducte Romà

Figura 40: Aqüeducte Romà Sant Jaume dels Domenys. Viquipèdia. (s.d):W



2.2 Microentorn

2.2.1 Mercat

L'anàlisi anual d'Eventoplus (2019) va confirmar la normalització del creixement d'un sector que va patir especialment la crisi però que havia tornat a créixer en els últims cinc anys. Encara que la inversió de les empreses i agències va caure del 3,1% el 2018 al 2% previst per a 2019. Igualment, la conjuntura continuava sent de creixement.

Es constata que en aquests últims cinc anys de recuperació econòmica els proveïdors han reprès la seva capacitat de decisió amb indicadors com l'augment de tarifes (preveien un augment del 5,4% per a 2019), la flexibilitat en la negociació i la necessitat d'organitzar els esdeveniments amb major antelació. (Grupo Eventoplus, 2019).

Segons Hosteltour (2019), Espanya, juntament amb Alemanya i França, encapçalaven el creixement de despesa en reunions i esdeveniments per a 2020, segons l'informe global d'American Express Meetings & Events.

L'estudi revela que s'esperava al país un creixement del 2,4% en reunions internes i entre un 1,9 i 2,6% en incentius i esdeveniments,

en general.

Aquestes previsions s'han vist totalment afectades a causa de la pandèmia mundial de la COVID-19. Hi ha moltes opinions sobre com serà el futur dels esdeveniments després d'aquesta pandèmia.

Alberdi (2020) opina que el sector dels esdeveniments serà l'últim en incorporar-se a la normalitat. No se sap quan serà possible tornar-ne i tampoc en quines condicions. Altres *event managers*, reunits per Eventoplus, coincideixen en el fet que la reactivació d'aquest sector serà lenta però que el *face-to-face* no desapareixerà. (HostelTur, 2020).

Una d'aquestes event planners, Cristina Pagés explica a Evento Plus que hi haurà una tendència cap a esdeveniments més locals i petits i que, com també explica Belén Fierro "els esdeveniments tindran que donar emoció i ser més notoris perquè el convidat senti que no es pot perdre l'esdeveniment".

D'altra banda, Fernando Sánchez opina que els assistents seleccionaran amb més cautela on assistir. Finalment, Álvaro Esobar, de Telefónica, comenta que s'haurà

de tenir en compte la flexibilitat en els contractes, punt amb qui també coincideix l'*event manager* d'Epson Ibérica, Cristina Pagés, que explica que a partir d'ara, s'hauran de mirar amb més cautela les polítiques de cancel·lació per estar preparats en cas que succeeixin fets que no estan a les mans dels organitzadors i que, per tant, no té sentit que aquests carreguin amb totes les despeses com si s'hagués celebrat l'esdeveniment. (Hosteltur, 2020).

Eric Mottard (2020), també comenta aquest mateix tema en un article per Eventoplus on parla sobre els possibles canvis en el sector després de la pandèmia.

Mottard (2020) explica que no hi ha una única opinió sobre les condicions de cancel·lació i flexibilitat en els contractes. Comenta que hi ha professionals que pensen que els proveïdors enduriran les polítiques de cancel·lació per evitar qualsevol risc. En canvi, altres diuen que "seran tan importants les decisions de les empreses en un món VUCA i àgil que els proveïdors solament podran seguir i ser flexibles. Mottard conclou aquest apartat dient que els proveïdors hauran d'adaptar-se a una demanda reduïda i que per

tant, la flexibilitat serà clau.

Mottard (2020), continua l'article parlant sobre la solidesa financera. La crisi econòmica imminent per la COVID-19 deixarà a moltes empreses econòmicament inestables. És per això que, pagar dipòsits serà complicat i les empreses caldrà que tranquil·litzin als seus proveïdors sobre la seva estabilitat financera.

Mottard segueix amb el tema de la preparació "last minute", ja que després de la pandèmia s'organitzaran esdeveniments amb temps rècord i introdueix un dels temes més importants, els preus.

D'una banda, es creu que a causa de la crisi i a la baixa activitat que ha viscut el sector, pot ser inevitable abaixar els preus. D'altra banda, Mottard indica la possibilitat que a la tornada dels esdeveniments, les empreses en tinguin d'enrederits i que, per tant, no hi hagi el desequilibri d'oferta-demanda que podria provocar aquesta baixada de preus.

El que presenta més incertesa és com seran els esdeveniments i amb quines mesures sanitàries s'organitzaran. Encara no s'ha definit cap norma clara, per tant, el sector es pregunta si la distància i la higiene conduiran a una nova realitat que encara desconeixen (Mottard, 2020).

Mottard comenta que, tal com estan les coses ara, on s'ha de mantenir la distància de seguretat i els ciutadans tenen por a apropar-se, veu poc futur pels esdeveniments, ja que opina que es perd l'essència i el significat de l'esdeveniment; comunitat, diàleg, proximitat... Es refereix a aquest nou format com un "webinar de luxe". (Mottard, 2020).

La quarantena per la COVID-19 ha ensenyat alguna cosa a aquest sector i és que els webinars que comentàvem fa un moment i els esdeveniments online funcionen. És per això que molts professionals veuen una possibilitat en difondre l'esdeveniment online. Igualment, Mottard (2020) apunta que "el que no està físicament a l'esdeveniment també està fora emocionalment".

Finalment, l'article comenta el que deien les event planners mencionades anteriorment, Cristina Pagés i Belén Fierro, que defensen la prioritat i rellevància dels esdeveniments petits i locals i els esdeveniments plens de valors i emocions, més

humans, orientats al diàleg i d'experiències autèntiques. (Mottard, 2020).

Per acabar, El Periódico (2020), ha publicat un article on comenta que la indústria dels esdeveniments podria ser la que ajudés a reactivar el turisme a Espanya.

Un estudi d'anàlisi a escala mundial, elaborat per Events Industry Council en col·laboració amb Oxford Economics, xifra amb 10.889 milions d'euros l'impacte del sector en el PIB espanyol, el que situa a Espanya en la dotzena posició a la llista dels 50 països amb més impacte en l'organització d'esdeveniments. (El Periódico, 2020)

A més a més. El Periódico (2020) assenyala que "a Espanya existeix una important càrrega lúdica i experiencial" que incentiva al bleisure (negoci + lleure). Aquesta tendència pot incrementar l'impacte econòmic en les destinacions turístiques.

En conclusió, encara no se sap com serà la recuperació econòmica del país després de la pandèmia. Encara que hi ha moltes especulacions sobre una ràpida recuperació, també n'hi ha d'altres de més pessimistes. És per això que per ara, el futur del sector, es basa en opinions i especulacions dels professionals.

2.2.2 Stakeholders

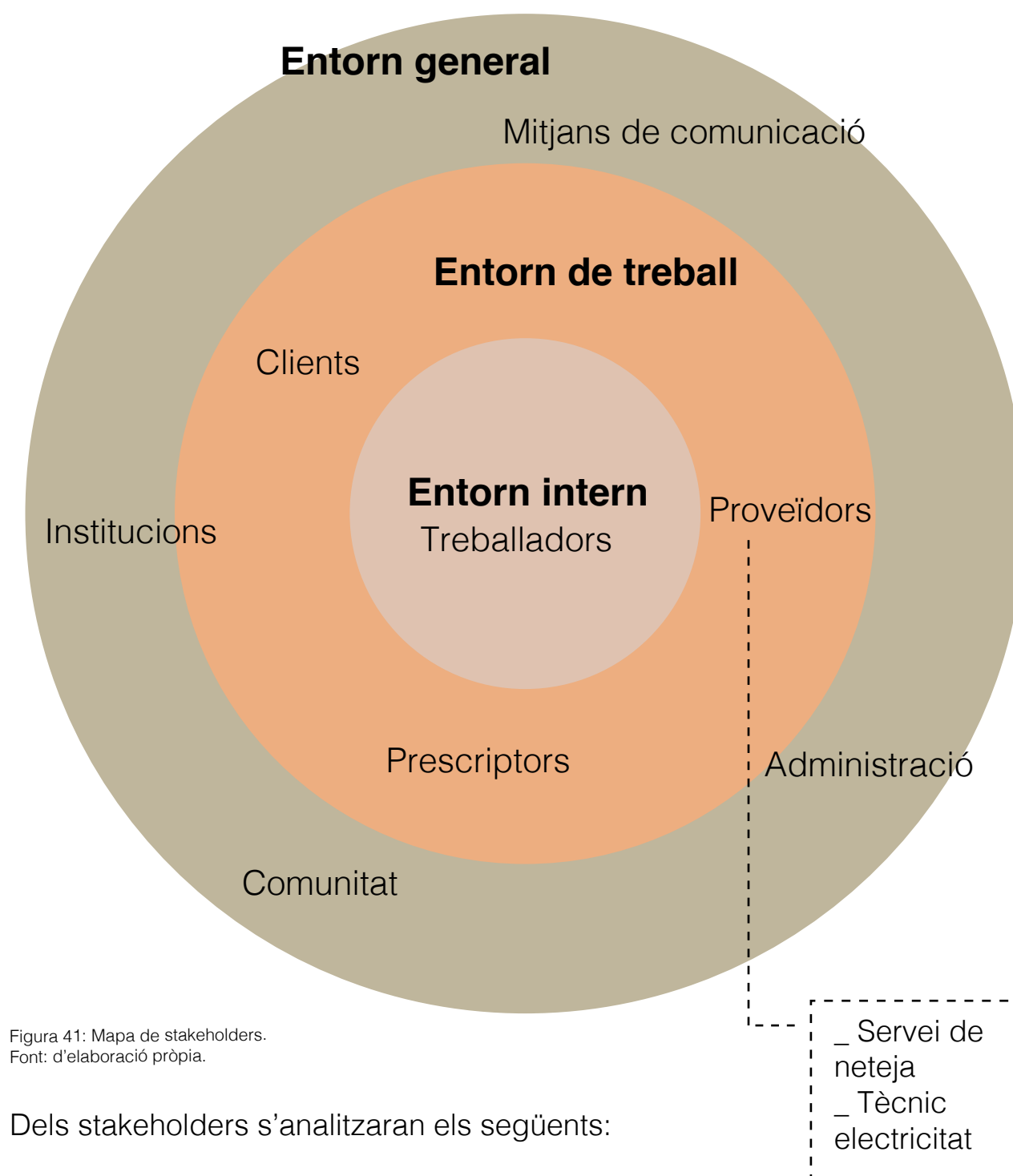


Figura 41: Mapa de stakeholders.
Font: d'elaboració pròpia.

Dels stakeholders s'analitzaran els següents:

Els **clients**, que són importants per saber qui són i com són i així analitzar després, si és convenient fixar aquest consumidor com a públic objectiu o analitzar un de nou per a l'estratègia de Campau.

Els **prescriptors** ja que, una part pot ser clau per recomanar i portar nous clients a Campau.

2.2.2.1 Públic actual

1. Parelles que es casen

*Perfils basats en les entrevistes realitzades a clients de Campau i wedding planners. Consultar annex.

1

Parelles d'aproximadament 30 anys, procedència de Catalunya i també estrangera. Són persones que es casen per via civil, de classe mitjana-alta o alta, amb un pressupost pel casament de 30.000€ fins a 60.000€. Són gent fresca, divertida, amb personalitat i caràcter.

La majoria compten amb una *wedding planner* que els ajuda amb els preparatius i també procura que l'estil del casament estigui acord amb la personalitat de la parella. Per tant, aquestes estan en sintonia amb l'estil 'rústic-xic, natural i al mateix temps de disseny' que té la masia.

Comencen buscant l'espai i el càterring i tenen entre 50 i 120 convidats i visiten entre 4 i 10 espais abans de decidir-ne un. Igualment, no tarden a escollir Campau.



Figura 42: Parella. Font: (Stock Snap, s.d.).

Emily i Mark, 30 y 34 anys.



Viuen a Londres

Emily: dissenyadora d'interiors
Mark: comissari d'art

L'Emily i el Mark estan promesos i viuen junts en un loft en el barri de Chelsea. Ella té el seu propi estudi i el Mark és freelance. L'Emily va estudiar disseny i el Mark es va llicenciar en empresarials però, sempre ha sigut un amant de l'art.

Buyer persona

Hàbits i hobbies

Els agrada cuidar-se, practicar ioga, anar al gimnàs i porten una dieta vegana. Són persones fresques que gaudeixen de les sortides i conèixer i socialitzar amb nous coneguts i amics. Acostumen a viatjar molt i és per això que es casen a Espanya, ja que es van enamorar del país quan van visitar Barcelona i els seus entorns i, com a bons sibarites que són, no han deixat de recordar el gust dels aliments mediterranis.

Tipus d'espai que busquen

- _ Senzill.
- _ Orgànic.
- _ Natural.
- _ Tradicional.
- _ Història.
- _ Encant.
- _ Vistes.
- _ Espais exteriors.

Què valoren de Campau

- _ Ben cuidat.
- _ Detalls.
- _ Personalitat.
- _ Flexibilitat.
- _ Atenció al client.
- _ Senzillesa.
- _ Preu
- _ Pla b.

Inquietuds sobre Campau

- _ Molt a prop de la carretera.
- _ Massa petit.
- _ No es pot fer una celebració durant tot el cap de setmana.

2
Parelles d'entre 24 i 32 anys i parelles d'entre 38 i 40 anys. Heterosexuals i homosexuals. En general, són persones de classe mitjana que viuen a la zona del Penedès, envoltats de vinyes i natura. És gent que els hi agrada la vida més tranquil·la i senzilla, gaudeixen de la naturalesa i l'esport a l'aire lliure. Igualment, no deixen de banda les noves tecnologies com són les xarxes socials.

Es casen per via civil i busquen un lloc màgic i elegant, però, al mateix temps senzill, que els faci sentir com a casa, un lloc rústic, rural i romàntic on es pugui fer la celebració a l'aire lliure.

Aquestes parelles organitzen la boda sense cap mena d'ajuda. Comencen buscant l'espai i després el càtering, moltes vegades, amb l'ajuda de les recomanacions de Campau. En general tenen 100 convidats, alguns més (150-180) i d'altres menys (80). Es deixen guiar pel que els hi agrada i, encara que han de fer un esforç per poder assumir els costos de Campau, es decideixen per la masia sense cap mena de dubte. Acostumen a visitar dues masies un any abans del casament, a vegades amb intenció de visitar-ne més. Però, en visitar Campau, no tenen la necessitat de seguir buscant, tampoc els hi requereix molt temps fer la reserva.



Figura 43: Parella. Font: (Warfel, s.d.).

Sílvia i Pere, 35 y 38 anys.



Viuen al Penedès



Sílvia: Professora
Pere: Fisioterapeuta



La Sílvia i el Pere estan promesos i viuen junts en un pis.

Es van conèixer a Barcelona estudiant i van decidir seguir vivint a la seva terra, rodejats de vinyes i de natura per seguir amb una vida més tranquil·la.

Buyer persona

Hàbits i hobbies

Gaudeixen de les petites coses, la natura, fer excursions... Cada cap de setmana surten a fer bici de carretera per la zona del Penedès entre vinyes i oliveres.

Els hi agrada passar temps amb família i gaudir d'estones amb amics a un bar. Aprofiten les vacances per viatjar i allunyar-se'n de la rutina habitual.

Tipus d'espai que busquen

- _ Masia rústica.
- _ Història.
- _ Que se sentin com a casa.
- _ Natural.
- _ Càlid.
- _ Flexible.
- _ Senzill
- _ Prop dels convidats
- _ Íntim

Què valoren de Campau

- _ Ben cuidat.
- _ Elegant.
- _ Com a casa.
- _ Encant característic.
- _ Màgica.
- _ Pla b.
- _ Caseta per dormir.
- _ Atenció al client.
- _ Únic.

Inquietuds sobre Campau

- _ Preu.
- _ No hi ha una persona que estigui controlant i ajudant el dia del casament.
- _ Lloc pel pla b no segueix l'estètica de la casa.

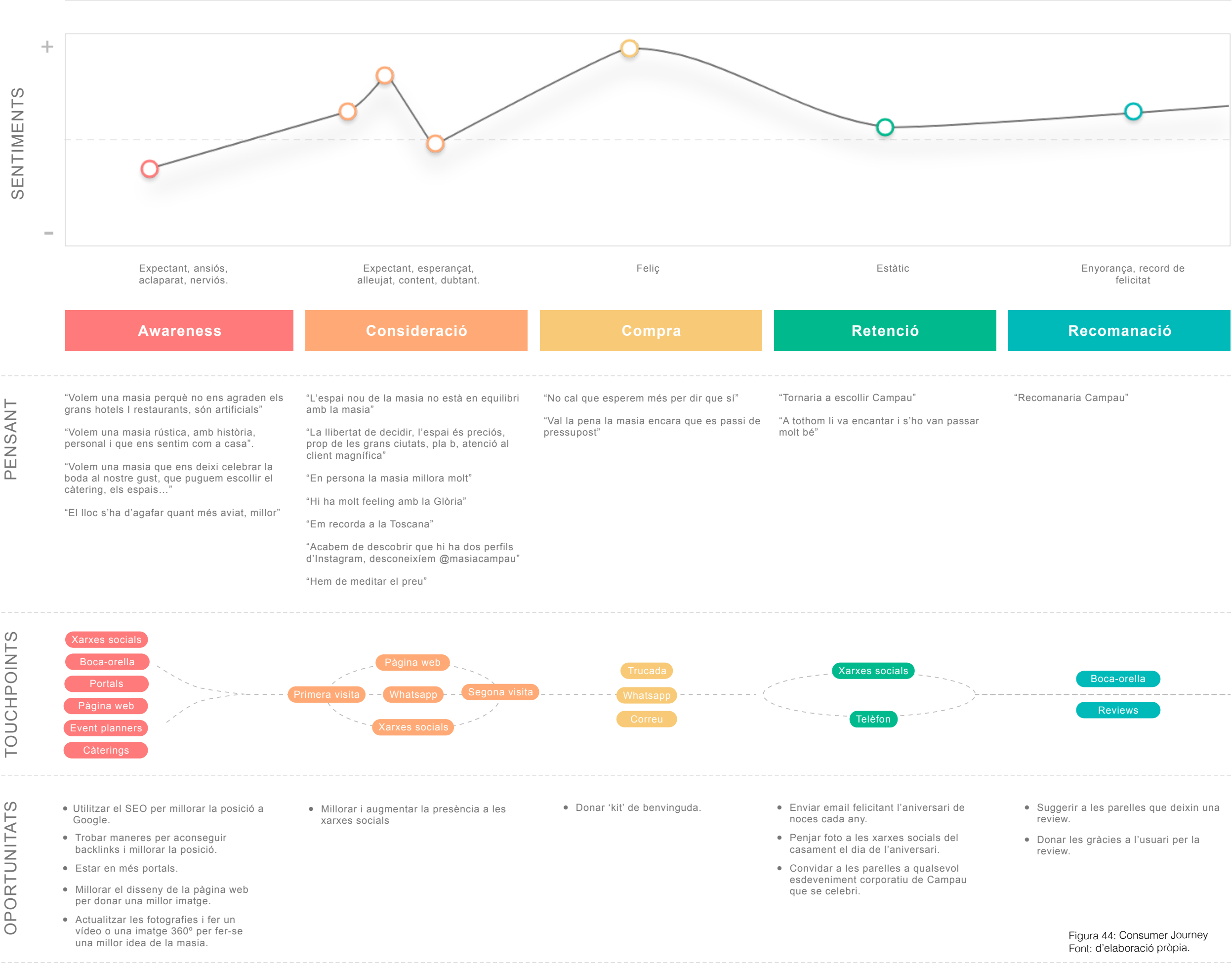


Figura 44: Consumer Journey
Font: d'elaboració pròpia.

*Els següents públics estan descrits a partir de la informació que ha proporcionat la propietària.

2. Famílies

Famílies que celebren aniversaris, aniversari de noces, batejos i comunions.

3. Empreses

Petites i grans empreses que busquen un lloc especial per portar els seus treballadors o convidats. Celebren diferents tipus d'esdeveniments, com per exemple:

1. Una presentació de producte per als seus clients i fan actes d'un dia o més.
2. Formacions. Busquen treure els seus treballadors de l'espai habitual, com a incentiu i premi per crear cohesió i per generar fidelitat a l'empresa.
3. Grups de treball, per reunir-se en petit comitè. Acostumen a ser 5, 10, 15, 20 persones que vénen a treballar i busquen un lloc agradable i especial que combini treball i cohesió de grup.

4. Productores

Les productores ens troben a través dels localitzadors, que treballen per aquestes i els hi busquen un espai seguint les seves indicacions.

Les productores venen per publicitat, cine, etc.

2.2.2.2 Prescriptors

Com s'ha vist a les entrevistes, a vegades les parelles tenen al cap a un prescriptor en concret abans de començar a organitzar el casament. Per tant, és important mantenir una bona relació amb ells, ja que són els qui poden recomanar Campau a alguna parella.

Càtering: és un dels prescriptors més importants, ja que junt amb la localització, és el primer proveïdor que es comença a buscar, per tant aquest ens pot recomanar.

Wedding planners: si una parella decideix contractar aquest servei, aquest se n'ocuparà de tot, també de l'espai.

Firmes de vestits de núvia: a vegades les núvies comencen a donar un cop d'ull només comprometre's.

Joieries: pot ser interessant tenir-les en compte, ja que el primer pas és comprar un anell de compromís.

Dj: poden ser coneguts de la parella i, aquest pot haver pinxat en diferents llocs i recomanar-los.

Fotògrafs: es donen casos on les parelles volen un fotògraf en concret pel seu estil.

Hotels: prescriptor més secundari, normalment és Campau qui els recomana en cas que la parella necessiti aquest servei per allotjar els seus convidats.

Transport: també és un prescriptor secundari. És Campau qui recomana l'empresa de transport, però sempre s'ha de mantenir una bona relació.

2.2.3 Competència

Introducció

Breu introducció sobre com dividirem i definirem la competència i en quina ens centrarem en fer l'anàlisi.

Competència directa	Competència indirecta	Competència substitutiva
---------------------	-----------------------	--------------------------

Mateix lloc i mateixos serveis o més. Masies <ul style="list-style-type: none">• Zona del Penedès• Serveis de bodes, empreses, etc. Poden tenir més serveis que Campau. Per <ul style="list-style-type: none">• exemple, restaurant i hotel.	Restaurants i hotels preparats per casaments i acollir empreses per a diferents esdeveniments.	Hotels i restaurants convencionals, sense espais exteriors. Hotels amb disposició de sales de conferències sense espai per a celebrar casaments. Restaurants convencionals en el que se celebra una reunió o un casament amb un àpat.
---	--	---

S'analitzarà la competència directa, ja que el públic de Campau busca habitualment un espai diferent, normalment una masia o unes caves. També cerquen un lloc que estigui per la zona del Penedès, ja que té un paisatge molt singular. A més a més, és important analitzar la competència que ofereix els mateixos o més serveis.

“És bo tenir una competència vàlida. T'empeny a fer-ho millor”
- Gianni Versace

Font: (Multifrases, s.d)

2.2.3.1 L'Orangerie

Masia situada a Vila-Seca, Tarragona. Ofereix els seus espais per a diferents tipus de celebracions i esdeveniments empresarials.

L'Orangerie ofereix servei gastronòmic propi, wedding planner, protocol, fotografia i vídeo, música i espectacles. La masia també disposa de les eines necessàries per a actes empresarials, projectors, bona sonorització, sala de reunions i altres serveis com ara l'activació d'un gabinet de premsa.

La masia compta amb diferents sales i jardins amb una capacitat de més de 500 persones. (L'Orangerie, s.d).

L'Orangerie
DE CLOS BARENYS

Figura 45: Logotip L'Orangerie. Font: (L'Orangerie, s.d.)



Figura 46: Muntatge a l'Orangerie
Font: (ZankYou, s.d.)

Pàgina web i SEO

<https://www.orangerie.es/es/>
*Consultar l'annex G per a més informació.

Disseny web

Clara i senzilla. Fàcil de navegar per ella i té una estètica molt coherent, ja que utilitza una paleta de colors verdosa com l'entorn boscós de la masia. La pàgina web és molt visual però li manca informació perquè l'usuari es pugui informar adequadament de la masia, dels seus serveis i espais.

Tendència tràfic

690 cerques de tràfic orgànic. Molt tràfic en comparació a Campau. Veiem que l'activitat de la pàgina s'inicia l'any 2018 i té una tendència a l'alça. Fet positiu en comparació amb l'estancament de Campau.

Paraules clau i posició orgànica

La paraula clau que porta més tràfic és "l'orangerie". Per tant, la pàgina web té principalment tràfic directe.

L'Orangerie surt a les primeres posicions orgàniques en la mateixa mesura que surt entre la posició 21-100.

Backlinks

132 *backlinks*. Situació molt semblant a la de Campau. Els *backlinks* vénen d'empreses relacionades amb l'activitat de la masia. En té menys que Campau.

Eina utilitzada: (Semrush, 2020)

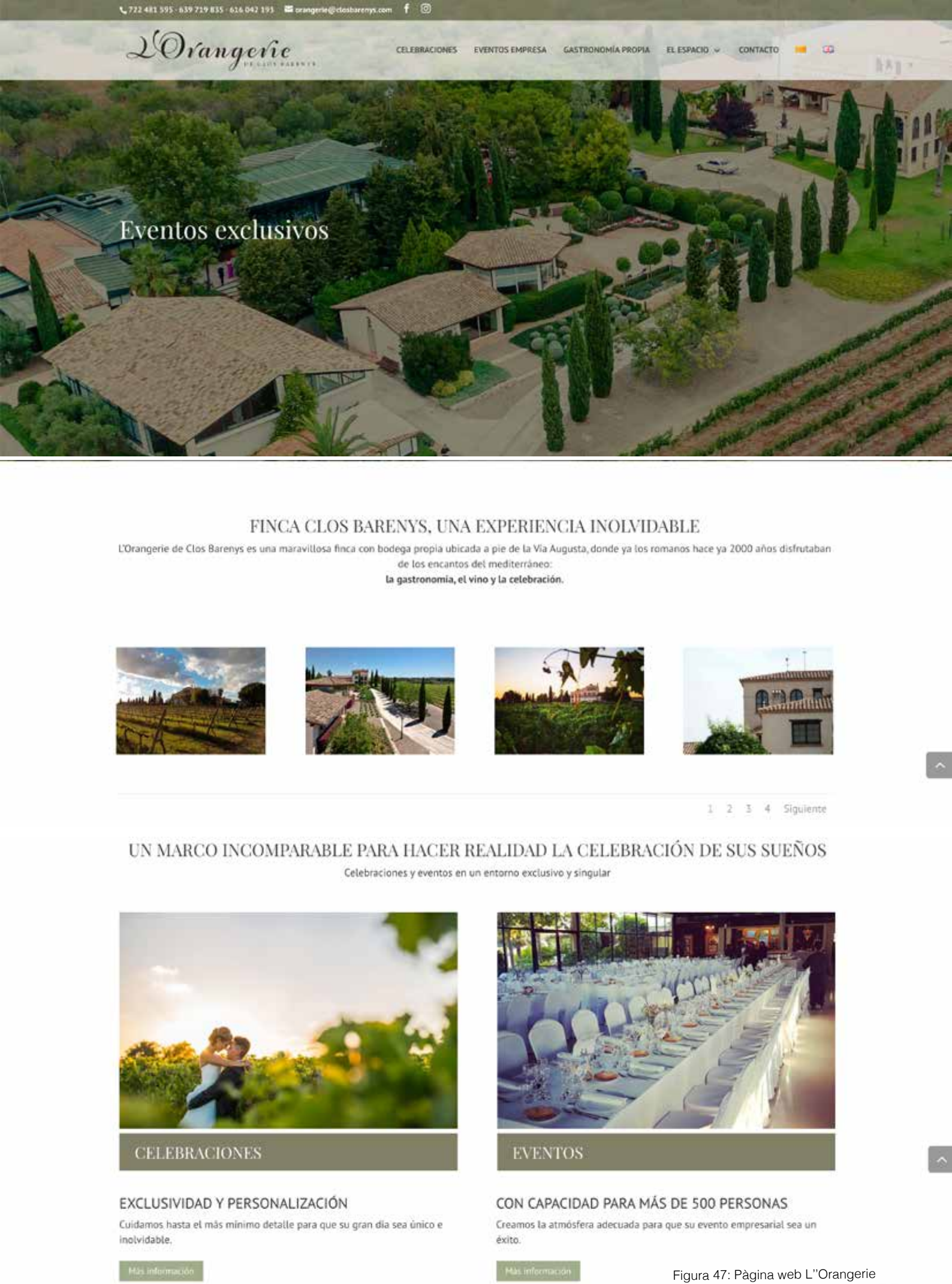


Figura 47: Pàgina web L'Orangerie
Font: (L'Orangerie, s.d.)

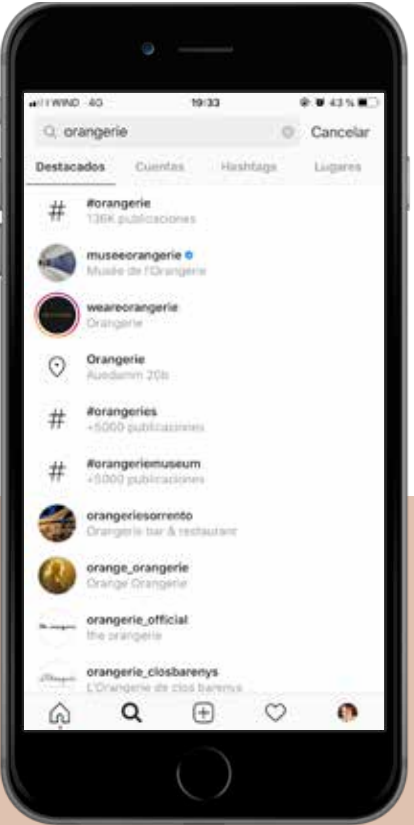
Instagram

Seguidors	1.662
Publicacions	101
Freqüència publicacions	El perfil de L'Orangerie no publica amb regularitat, hi ha mesos on no s'ha fet cap publicació, en canvi n'hi ha d'altres on hi ha hagut activitat cada setmana.
Engagement	Poc <i>engagement</i> si mirem el percentatge de <i>likes</i> en comparació amb els seguidors.
Disseny	<p>Fotografies en general bastant cuidades. Són de diferents espais de la masia, esdeveniments, gastronomia i decoració.</p> <p>El perfil compte amb històries destacades sobre la masia i diferents esdeveniments.</p>
Cercador/ posició	S'identifica un problema quan busquem "Orangerie" al cercador d'Instagram, el perfil de la masia no surt a les primeres posicions, en canvi apareixen perfils francesos. Per tant, el <i>naming</i> , pot crear dificultats o confusions.

Figura 48:Instagram L'Orangerie. (Instagram, 2020)



Figura 49: Cercador d'Instagram. (Instagram, 2020).



Facebook

Seguidors	482
Me gusta	471
Freqüència publicacions	El compte es va crear l'any 2017 i solament va estar activa fins el 2018.
Engagement	Molt baix.
Disseny	El perfil solament té quatre publicacions, totes són una mica més “casolanes” que les d'Instagram.
Cercador/ posició	Si busquem ‘orangerie’ en el buscador de Facebook, el perfil de la masia surt com a primera opció.

Earned media

Quan cerquem “L’Orangerie” al cercador de Google, apareixen webs i blogs que han parlat sobre la masia.

Com Campau, aquesta masia també apareix en portals com Bodas.net (segell prèmium amb un 5/5 a les reviews) i Zankyou.

L’Orangerie també apareix a Fem Turisme (a l’apartat ‘on menjar’), La pineda platja informació, Todo Boda, Guia Catering i d’altres.

Per tant, la masia juga en avantatge en tenir el seu propi restaurant i càtering.



Figura 50: Llimones
Font: (Balaguer, s.d.)

2.2.3.2 Masia Can Martí

Can Martí és una masia construïda l'any 1680, que conserva l'esperit clàssic amb un toc modern, tota ella rodejada de naturalesa.

La casa està situada prop de Tarragona i ofereix espais exteriors i interiors que s'adapten a totes les necessitats. (Masia Can Martí, s.d.). Els serveis que ofereix Can Martí són els següents:

- _Banquet de bodes propi
- _Espai per fer cerimònies civils
- _Esdeveniments d'empresa
- _Habitacions per al nuvi i la núvia
- _Decoració de bodes
- _Allotjament en l'hotel del mateix grup
- _Wedding planner
- _Nurserie



Figura 51: Logotip Masia Can Martí
Font: (Masia Can Martí, s.d.)



Figura 52: Església Masia Can Martí
Font: (Estudi de llum, s.d.)



Masia Can Martí es una encantadora masia, construida en 1680, que conserva el espíritu clásico con un toque moderno, toda ella rodeada de naturaleza donde podréis celebrar vuestra boda soñada o vuestro evento privado.

A tan solo 8 km de Tarragona, la masia ofrece espacios exteriores e interiores que se adaptan a todas las necesidades que podéis tener.

Cuenta con encantadores **espacios exteriores** donde celebrar la ceremonia, el aperitivo, un **edificio principal** de la propia masia con un estilo auténtico que alberga las vestiduras de los novios, salas acondicionadas para **celebrar el banquete** y baile y un amplio huerto de cultivo ecológico.

¡No solo eso! Disponemos de **cocina propia** con platos inspirados en nuestra cocina mediterránea y de mercado elaborados por el **director culinario Jaume Drudis** que no os dejará indiferentes. Además, también **podréis alojarnos** en el hotel boutique del propio grupo: **Hotel Gran Claustre, Restaurant & Spa**, situado en Altafulla a tan solo 7 minutos de la masia.

¡No os perdáis todo lo que os ofrece nuestra masia! Avanzad y descubrid todas las opciones que ponemos a vuestro alcance.



La Masia

Masia Can Martí es una encantadora masia diseñada para albergar eventos y celebraciones en sus diferentes espacios exteriores e interiores.

Más

Bodas

Cada boda es un nuevo reto en el que os brindamos nuestros espacios, experiencia y servicios para hacerla perfecta hasta el último detalle.

Más



Gastronomía

Descubrid la mejor gastronomía de la zona con la cocina mediterránea que nos presenta el chef Jaume Drudis. Dejarán a



Pàgina web i SEO

<https://masiacanmarti.com/>

*Consultar l'annex G per a més informació.

Disseny web

La pàgina és clara, senzilla, molt agradable estèticament i és fàcil de navegar per ella. La pàgina web és molt visual i al mateix temps conté tota la informació necessària.

Tendència tràfic

67 cerques de tràfic orgànic. En comparació amb Campau i L'Orangerie, el tràfic de Can Martí és molt baix. A més a més, ha tingut una baixada del 75,3% del seu tràfic orgànic en l'últim mes. L'activitat de la web va començar l'any 2017. El gràfic de Semrush té molts pics, que ens indica també, que té un tràfic molt estacional.

Paraules clau i posició orgànica

La paraula clau que porta més tràfic és "masia can marti". A pesar que el seu tràfic és completament directe, només un 4,55% de les vegades posicionen en el lloc 1, 2 o 3 del cercador.

Backlinks

26 backlinks. Veiem que hi ha backlinks de pàgines d'organitzacions que han fet esdeveniments a Can Martí, una empresa de reparacions que va treballar a la masia i la pàgina del grup al qual pertany la casa, Grup Claustre.

Eina utilitzada: (Semrush, 2020)

Figura 53: Pàgina web Can Martí
Font: (Can Martí, s.d.)

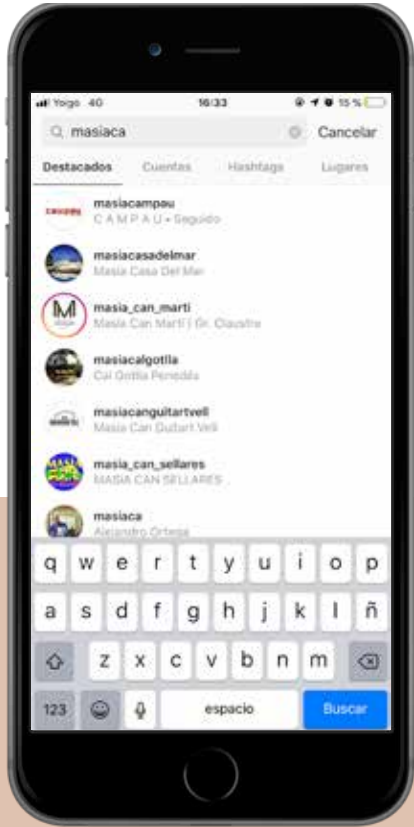
Instagram

Seguidors	1.003
Publicacions	277
Freqüència publicacions	Publiquen de forma setmanal i regularment.
Engagement	Poc <i>engagement</i> .
Disseny	@masia_can_marti és un perfil molt cuidat, les fotografies tenen uns colors molt coherents i s’aconsegueix un <i>feed</i> agradable. Can Martí també utilitza les històries d’Instagram i els seus destacats, que estan organitzats per temes.
Cercador/ posició	Quan cerquem “masiaca”, el perfil ens apareix després del de Campau.

Figura 54: Instagram Masia Can Martí. (Instagram, 2020)



Figura 55: Cercador d'Instagram. (Instagram, 2020).



Facebook

Seguidors	552
Likes	534
Freqüència publicacions	Freqüent.
Engagement	Molt baix.
Disseny	Les publicacions són les mateixes que a Instagram, però a vegades, d'una boda es pengen diverses fotografies en un post, fet que a Instagram no ho fan. A més a més, també comparteixen posts d'altres perfils que els etiqueten.
Cercador/ posició	Si busquem 'masia can martí' en el cercador de Facebook, el perfil de la masia surt com a primera opció en l'apartat de pàgines d'empreses. Si busquem "can martí", surt en sisena posició.

Earned media

Quan cerquem "Masia Can Martí" al cercador de Google, apareixen webs i blogs que han parlat sobre la masia.

Com Campau i L'Orangerie, aquesta masia també apareix en portals com Bodas.net (segell prèmium amb un

4,8/5 a les reviews) i Zankyou (4,9/5 a les reviews). A més a més, també ha estat mencionada a Eventoplus el 2017 en forma de notícia per anunciar la seva inauguració.



Figura 56: Muntatge Masia Can Martí
Font: (Estudi de llum, s.d.)

2.2.3.3 La Boella

“Un oasi de tranquil·litat en un entorn únic”. La finca La Boella està ubicada a La Canonja a només deu minuts de la històrica Tarragona.

La Boella es troba enmig d'una finca de 110 hectàrees d'oliveres i jardins. El complex ofereix una completa

oferta d'oci i gastronomia que convida a quedar-se i a descobrir l'autèntic significat del plaer. Els amants del bon vi poden tastar els vins Mas La Boella amb Denominació d'Origen Tarragona o degustar els olis d'oliva verge extra elaborats a la finca. (La boella, s.d.).



Figura 57: Logotip La Boella
Font: (La Boella, s.d.)

_Hotel

_Restaurant

_Bodega: tast i botiga de vins i olis propis.

_Bodes:

- Enllaços civils
- Celebracions particulars i familiars
- Muntatge de carpes
- Oferta gastronòmica personalitzada
- Ornamentació floral
- Retoc de maquillatge i perruqueria
- Servei de guarda-roba
- Servei d'autobusos
- Aparcament
- Personalització d'esdeveniments
- Habitació de la núvia

_Empreses:

- Equips audiovisuals
- Videoconferència, Internet i altres suports informàtics
- Il·luminació programable
- Muntatge de carpes
- Ornamentació floral
- Animació, grups musicals, disc-jockey
- Hostesses
- Traducció simultània
- Servei guarda-roba
- Aparcament
- Accessos sense barreres arquitectòniques
- Organització de festes temàtiques
- Gestió de reserves d'allotjaments i transports
- Serveis disseny i impressió

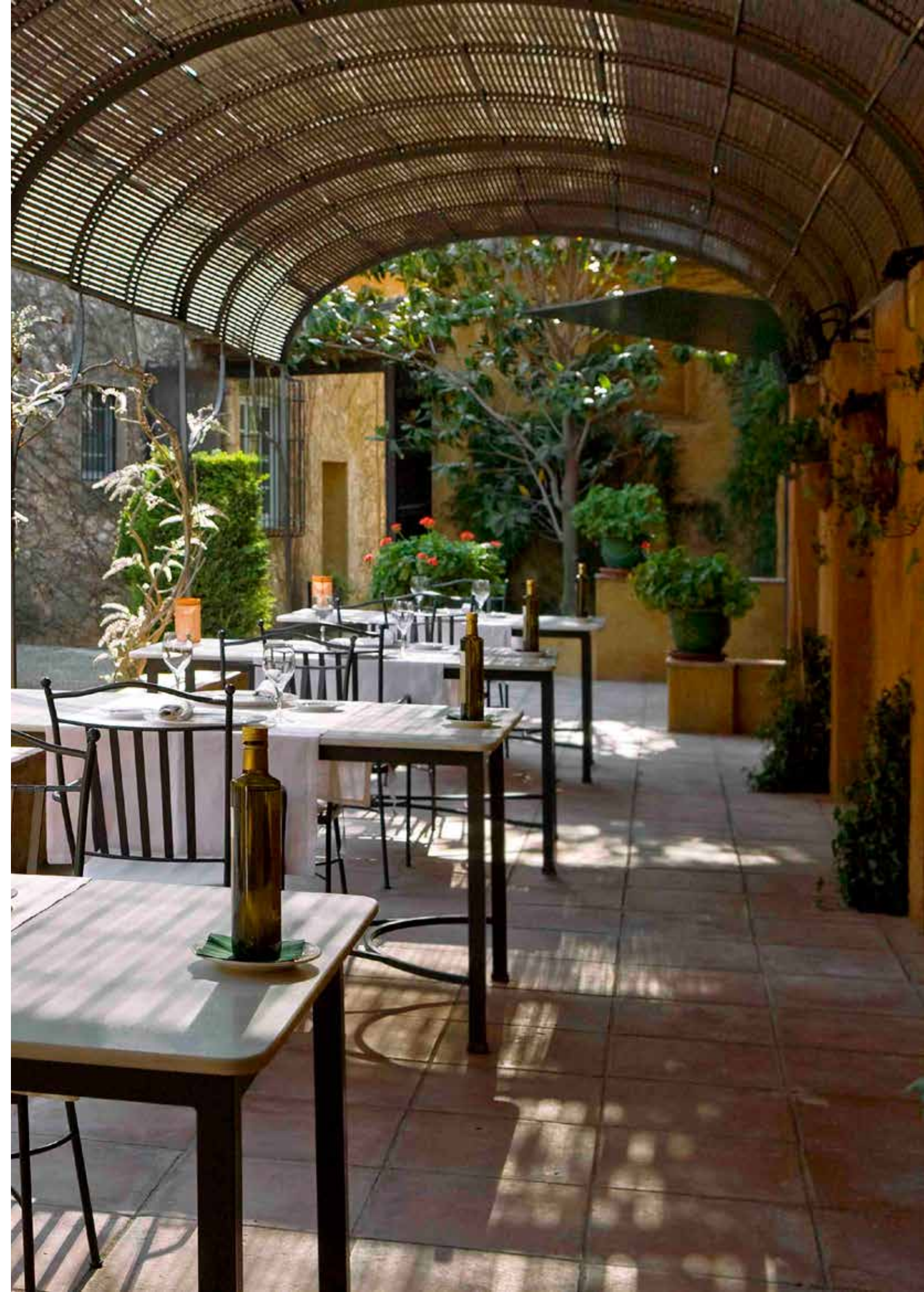


Figura 58: Restaurant La Boella
Font: (Es tu casa, s.d.)

Pàgina web i SEO

<https://www.laboella.com/>

*Consultar l’annex G per a més informació.

Disseny web

La pàgina web de La Boella és intuïtiva i conté molta informació. Tot i això, el disseny és de colors foscos i pot donar la sensació de desordre, ja que van apareixent diferents notificacions a la *home page*. A més a més, el capçal té massa contingut i les lletres es confonen amb el fons en algunes ocasions.

Tendència tràfic

7.100 cerques de tràfic orgànic. L’activitat orgànica més regular de la pàgina web comença el gener del 2016, una mica abans que la de Campau. En general, el tràfic augmenta en el temps. En comparació a Campau, el tràfic de cerca orgànica és molt superior.

Paraules clau i posició orgànica

La paraula clau que porta més tràfic és “hotel boutique”, és l’única masia analitzada que utilitza una paraula clau que no és el nom de la masia. La segona paraula amb més tràfic és “la boella”. Igualment, solament surt a les tres primeres posicions en un 3,66%.

Backlinks

15.400 *backlinks*. El *backlinks* de la pàgina web de La Boella vénen de pàgines de fotografia que han fotografiat bodes a la masia, i altres pàgines d’hotels que han *linkat* a La Boella.



Figura 59: Pàgina web La Boella
Font: (La Boella, s.d.)

Eina utilitzada: (Semrush, 2020)

Instagram

Seguidors	2.173
Publicacions	291
Freqüència publicacions	No publiquen de forma regular. Tenen pics on afegeixen fotografies cada dos dies, però altres períodes on publiquen molt poc.
Engagement	Poc engagement.
Disseny	@maslaboella és un perfil molt cuidat, les fotografies tenen uns colors molt coherents i s'aconsegueix un <i>feed</i> agradable. La Boella també utilitza les històries d'Instagram i els seus destacats, que estan organitzats per temes.
Cercador/ posició	Quan cerquem "laboella", que és el nom pel qual es coneix la masia, no apareix el perfil.



Figura 60: Instagram La Boella. (Instagram, 2020)

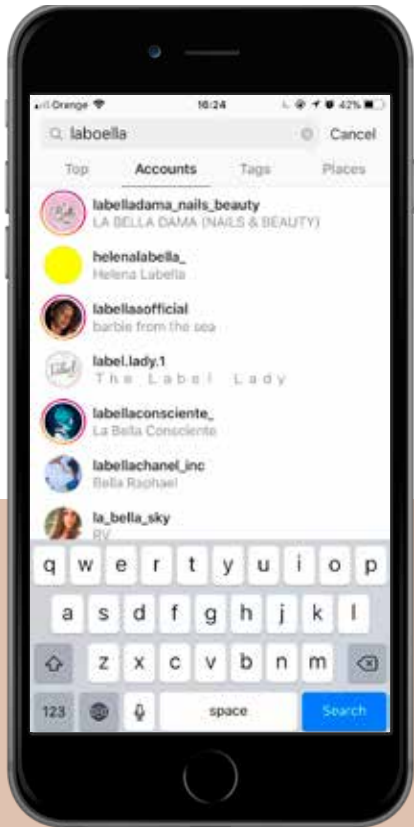


Figura 61: Cercador d'Instagram. (Instagram, 2020).

Facebook

Seguidors	2.938
Likes	2.790
Freqüència publicacions	El perfil no té la mateixa freqüència que a Instagram però es publica com a mínim un cop cada mes.
Engagement	Molt baix.
Disseny	La majoria de fotografies són les mateixes que es pengent a Instagram, tot i això, hi ha certes variacions. A més a més, utilitzen la botiga de Facebook per vendre els olis i vins. També, aprofiten la pàgina per compartir enllaços de la pàgina web i publicacions de clients.
Cercador/ posició	Si busquem 'la boella' en el cercador de Facebook, el perfil de la masia surt com a primera opció.

Twitter

La Boella també té oberta un compte de Twitter, però està inactiva des de 2019.

Earned media

Quan cerquem "La Boella" al cercador de Google, apareixen webs i blogs que han parlat sobre la masia.

Principalment, els resultats de la masia en el cercador són pàgines web que recomanen el restaurant de La Boella; Trip Advisor, Via Michelin, Guia Repsol... En segon lloc, les webs que més parlen sobre la masia fan referència a l'hotel. Per

exemple webs com Petits Grans hotels de Catalunya, Booking, Hotels Salou... A més a més, La Boella ha sortit en mitjans com Inout, 20 minutos o La Razón.

Per últim, com Campau, L'Orangerie i Can Martí, aquesta masia també apareix en portals com Bodas.net (segell prèmium amb un 4,9/5 a les reviews) i Zankyou (4,9/5 a les reviews).

Figura 62: La Boella
Font: (Viajes el Corte Inglés, s.d.)



2.2.4 Taules comparatives



Disseny web

Campau

Senzilla, amb una estètica simple i facilita la navegació. Construïda l'any 2005 amb una estètica antiquada.

L'Orangerie

Clara i senzilla. Fàcil de navegar per ella i té una estètica molt coherent, ja que utilitza una paleta de colors verdosa com l'entorn boscós de la masia. La pàgina web és molt visual però li manca informació perquè l'usuari es pugui informar adequadament de la masia, els seus serveis i espais.

Masia Can Martí

La pàgina és clara, senzilla, molt agradable estèticament i és fàcil de navegar per ella. La pàgina web és molt visual i al mateix temps conté tota la informació necessària.

La Boella

La pàgina web de La Boella és intuïtiva i conté molta informació. Tot i això, el disseny és de colors foscos i pot donar la sensació de desordre, ja que van apareixent diferents notificacions. A més a més, el capçal té massa contingut i les lletres no sempre sobra salten i es confonen amb el fons.

Tendència tràfic

El tràfic orgànic aproximat en un mes és de 114 cerques. El tràfic puja a les temporades de bon temps (primavera/estiu). (Semrush, 2020).

690 cerques de tràfic orgànic. Molt tràfic en comparació a Campau. Veiem que l'activitat de la pàgina s'inicia l'any 2018 i té una tendència a l'alça. Fet positiu en comparació amb l'estancament de Campau.

67 cerques de tràfic orgànic. En comparació amb Campau i L'Orangerie, el tràfic de Can Martí és molt baix. A més a més, ha tingut una baixada del 75,3% del seu tràfic orgànic en l'últim mes. L'activitat de la web va començar l'any 2017. El gràfic de Semrush té molts pics, que ens indica també, que té un tràfic molt estacional

7100 cerques de tràfic orgànic. L'activitat orgànica més regular de la pàgina web comença el gener del 2016, una mica abans que la de Campau. En general, el tràfic augmenta en el temps. En comparació a Campau, el tràfic de cerca orgànica és molt superior.

Paraules clau i posició orgànica

La paraula clau que porta més tràfic és **"masia campau"**. Per tant, la pàgina web té principalment tràfic directe. A pesar que el seu tràfic és completament directe, només un 20% de les vegades posicionen en el lloc 1, 2 o 3 del cercador.

Veiem que l'activitat de la pàgina s'inicia l'any 2018 i té una tendència a l'alça. Fet positiu en comparació amb l'estancament de Campau.

L'Orangerie surt a les primeres posicions orgàniques en la mateixa mesura que surt entre la posició 21-100.

La paraula clau que porta més tràfic és "masia can martí". A pesar que el seu tràfic és completament directe, només un 4,55% de les vegades posicionen en el lloc 1, 2 o 3 del cercador.

La paraula clau que porta més tràfic és "hotel boutique", única masia analitzada que utilitza una paraula clau que no és el nom de la masia. La segona paraula amb més tràfic és "la boella". Igualment, solament surt a les tres primeres posicions en un 3,66%.

Backlinks

Hi ha *backlinks* de qualitat en un fòrum de bodes, encara que també trobem *links* spam procedent de Dinamarca.

132 *backlinks*. Situació molt semblant a la de Campau. Els *backlinks* vénen d'empreses relacionades amb l'activitat de la masia. En té menys que Campau

26 *backlinks*. Veiem que hi ha *backlinks* de pàgines d'organitzacions que han fet esdeveniments a Can Martí, una empresa de reparacions que va treballar a la masia i la pàgina del grup al qual pertany la casa, Grup Claustre.

15400 *backlinks*. El *backlinks* de la pàgina web de La Boella vénen de pàgines de fotografia que han fotografiat bodes a la masia, i altres pàgines d'hotels que han *linkat* a La Boella.



Campau

L'Orangerie

Masia Can Martí

La Boella

Seguidors	125	1662	1003	2173
Publicacions	38	101	277	291
Freqüència publicacions	Molt irregular. Els últims mesos s'han fet publicacions cada dos mesos. Altres temporades les fotografies s'han pujat a Instagram setmanalment.	El perfil de L'Orangerie no publica amb regularitat, hi ha mesos on no s'ha fet cap publicació, en canvi n'hi ha d'altres on hi ha hagut activitat cada setmana.	Publiquen de forma setmanal i regularment.	No publiquen de forma regular. Tenen pics on afegeixen fotografies cada dos dies, però altres períodes on publiquen molt poc.
Engagement	El <i>engagement</i> és correcte respecte els seguidors que té.	Poc <i>engagement</i> si mirem el percentatge de <i>likes</i> en comparació amb els seguidors.	Poc <i>engagement</i> .	Poc <i>engagement</i> .
Disseny	Fotografies en general bastant cuidades. Són dels espais vuits sense cap mena de decoració. El <i>feed</i> no segueix cap estètica en concret. El perfil compte amb històries destacades sobre la masia i la vida allà en els diferents espais.	Fotografies en general bastant cuidades. Són de diferents espais de la masia, esdeveniments, gastronomia i decoració. El perfil compte amb històries destacades sobre la masia i diferents esdeveniments.	@masia_can_marti és un perfil molt cuidat, les fotografies tenen uns colors molt coherents i s'aconsegueix un <i>feed</i> agradable. Can Martí també utilitza les històries d'Instagram i els seus destacats, que estan organitzats per temes.	@maslaboella és un perfil molt cuidat, les fotografies tenen uns colors molt coherents i s'aconsegueix un <i>feed</i> agradable. La Boella també utilitza les històries d'Instagram i els seus destacats, que estan organitzats per temes.
Cercador/ posició	Si busquem 'campau' en el buscador, ens surt @campau_events com a primera opció i no trobem la pàgina oficial de la masia. En canvi, només posar al buscador "masiac" en surt @masiacampau com a segona opció i @campau_events la quarta. Això ens indica una bona posició.	S'identifica un problema quan busquem "Orangerie" al cercador d'Instagram, el perfil de la masia no surt a les primeres posicions, en canvi apareixen perfils francesos. Per tant, el <i>naming</i> , pot crear dificultats o confusions.	Quan cerquem "masiaca", el perfil ens apareix després del de Campau.	Quan cerquem "laboella", que és com ho coneix tothom, no apareix el perfil.



Campau

L'Orangerie

Masia Can Martí

La Boella

Seguidors	417	482	2938	552
Likes	És un perfil personal i no una pàgina d'empresa.	471	534	2790
Freqüència publicacions	Des del setembre del 2018 que no es fan publicacions.	El compte es va crear el 2017 i solament va estar activa l'any 2018.	Freqüent.	El perfil no té la mateixa freqüència que a Instagram però es publica com a mínim un cop cada mes.
Engagement	Molt baix.	Molt baix.	Molt baix.	Molt baix.
Disseny	En aquesta xarxa social, a més a més de penjar les fotografies dels espais, també es comparteixen les publicacions de clients o de col·laboradors, com ara fotògrafs.	El perfil solament té quatre publicacions, totes són una mica més "casolanes" que les d'Instagram.	Les publicacions són les mateixes, però a vegades, d'una boda es penjen diverses fotografies en un post, fet que a Instagram no ho fan. A més a més, també comparteixen posts d'altres perfils que els etiqueten.	La majoria de fotografies són les mateixes que es penjen a Instagram, tot i això, hi ha certes variacions. A més a més, utilitzen la botiga de Facebook per vendre els olis i vins, que redirigeix a la pàgina web. També, aprofiten la pàgina per compartir enllaços de la pàgina i publicacions de clients.
Cercador/ posició	Si busquem 'campau' en el buscador de Facebook, el perfil de la Masia Campau surt com a primera opció. El perfil de l' <i>event planner</i> de la masia, surt a la segona opció de les pàgines de negocis.	Si busquem 'orangerie' en el buscador de Facebook, el perfil de la masia surt com a primera opció.	Si busquem 'masia can martí' en el cercador de Facebook, el perfil de la masia surt com a primera opció en l'apartat de pàgines d'empreses. Si busquem "can martí", surt en sisena posició.	Si busquem 'la boella' en el cercador de Facebook, el perfil de la masia surt com a primera opció.

2.2.4 Mapa de posicionament actual

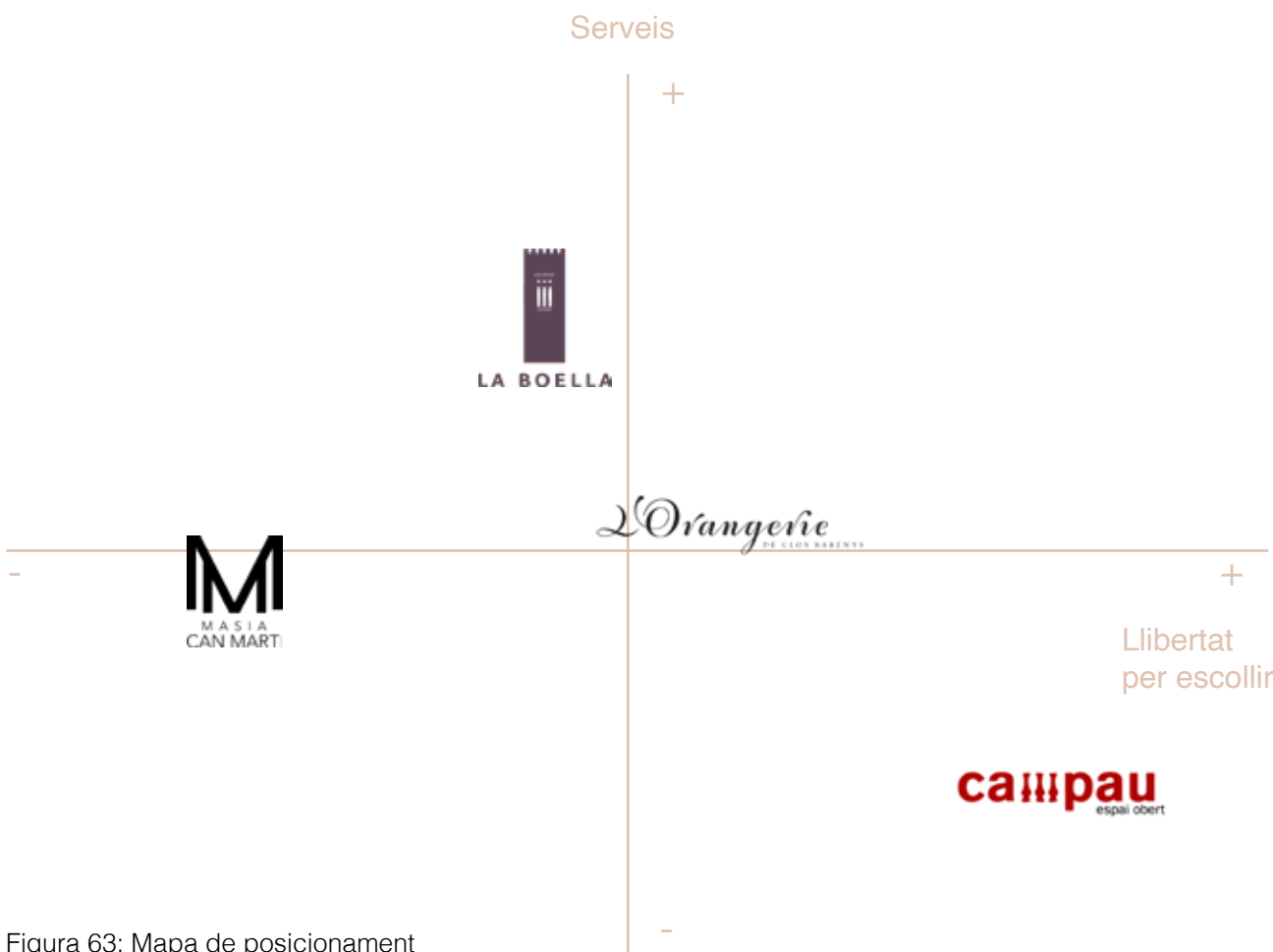


Figura 63: Mapa de posicionament
Font: elaboració pròpia

Serveis: Aquesta variable fa referència a la quantitat de serveis que ofereixen les masies. Per exemple, càterring, fotògraf, *wedding planner*, etc.

Llibertat per escollir: en quina mesura l'empresa deixa que els clients escullin els seus proveïdors i no posa restriccions perquè s'utilitzin els seus serveis.

Aquest mapa mostra el posicionament actual de Campau respecte a la competència. De moment, a Campau li interessarà seguir amb aquest posicionament, ja que els seus clients indiquen que com més serveis s'ofereixen més restringides són les opcions i remarquen que, tenir flexibilitat i llibertat d'escollir els seus proveïdors és un punt clau per a escollir Campau.

03. Diagnòstic



Debilitats

- *Branding* dèbil i antiquat.
- Pàgina web antiquada i mal posicionada.
- Confusió a les XXSS amb dos perfils.
- Perfils propis sense estratègia, dèbils quant a seguidors i *engagement*.
- Imatge molt centrada en casaments.
- Falta d'una persona que se n'ocupi de controlar el dia del casament.
- No agrada la nova estructura de la masia.
- No té possibilitat d'allotjament.

Fortaleses

- Espai per a tota mena d'activitats i esdeveniments.
- Contacte amb prescriptors.
- Bona rellevància a portals de bodes.
- Capacitat per fer esdeveniments de molts convidats.
- Solament es lloga l'espai, no hi ha cap compromís amb proveïdors.
- Espais oberts i tancats, hi ha un pla b en cas de pluja.
- Arquitectura única al territori.
- Familiar. Atenció al client excepcional.
- Localització pròxima a Barcelona i Tarragona.

Amenaces

- Els trasllats són un hàndicap en els esdeveniments empresarials a l'hora de confirmar els esdeveniments d'empresa en entorns rurals.
- La competència té el *branding* i les eines de comunicació molt més treballades.
- La competència té més presència en els mitjans a causa que també ofereixen allotjament i restaurant.
- Crisi de la COVID-19 que afecta directament al sector dels esdeveniments.

Oportunitats

- Augment dels matrimonis en els últims tres anys.
- Catalunya, una de les comunitats autònomes amb més casaments.
- Increment de les parelles homosexuals.
- Tarragona, una de les regions on més bodes homosexuals se celebren.
- Rellevància de religions no catòliques amb tradicions que Campau pot cobrir.
- Tendència a buscar alternatives per a reduir l'impacte ambiental. (Campau està en un entorn natural).
- Augment del turisme rural a escala nacional. Catalunya en segona posició líder en el sector.
- Tendència empresarial "Off site meeting" que proposa traslladar el lloc de treball a un entorn diferent. Lluny de l'oficina/ciutat.
- Empreses estan disposades a invertir una hora de viatge.

DAFO



SEGONA FASE:

Estratègia de marca i comunicació

Figura 64: olivera
Font: (Leone, s.d.).

04.

Objectius

Aconseguir més *awareness*:

O1: Triplicar el nombre de visites mensuals al web.

O2: Crear un perfil d'empresa a Facebook i obtenir 600 usuaris únics en un any a Instagram.

O3: Aconseguir un mínim de tres aparicions a premsa especialitzada (núvies i revistes sectorials d'empresa).

O4: De les visites obtingudes a la web i xarxes aconseguir 130 conversions en trucades, e-mails i visites a la masia.

Potenciar els següents segments:

O5: Doblar les empreses com a clientes.

O6: Doblar les parelles homosexuals com a clientes.

O7: Aconseguir llogar la masia per a turistes durant tot el mes d'agost.

*Consultar l'annex H per veure les dades que s'han utilitzat per definir aquests objectius.

05.

Awareness: rebranding

*Consultar l'annex I per veure els esbossos.

5.1 Essència de marca

5.1.1 Significats de Campau

Points of parity* (POPs)

Els POPs ens ajudaran a identificar les marques de la mateixa categoria. En el cas de Campau podem establir com POPs els següents significats.

Points of difference* (PODs)

Els PODs marquen la diferència entre Campau i la competència, és el benefici que el consumidor troba, els valors i les creences de la masia.

Espai	Flexibilitat
Natura	Història
Esdeveniments	Arquitectura
Proximitat (km)	Vistes
Serveis	Caliu
Elegància	Proximitat cap al client

* Points of parity: aquestes associacions mentals o significats que trobem a les marques dins d'una categoria del mercat, poden ser significats en comú amb altres marques. (Keller, 2008).

* Points of difference: aquests significats poden ser tant atributs del producte com elements extrínsecs, que aporten alguna cosa distintiva respecte a la competència. (Keller, 2008).

5.1.2 Brand Essence

Es defineix essència com “allò que constitueix la naturalesa de les coses, el permanent i més característic d'aquestes” (RAE, s.d). Una definició aplicable al 100% a l'essència d'una marca.

La *brand essence* es tracta dels principis que estan en el cor d'una marca, aquells valors característics que la fan inconfusible i única. És allò que no es veu i no obstant això està implícit cada vegada que veiem i interactuem amb una marca. (Summa, 2018)

L'essència de Campau resideix en la senzillesa, en compartir un espai estimat amb persones que volen crear experiències i emocions i viure-les intensament. Resideix en la llibertat, la llibertat d'escollir i fer de Campau un espai per a tu i els teus i per tant, celebrar una cosa única.

Podríem definir la *brand essence* de Campau com:

“Història i cultura en un espai únic, focalitzat en compartir per a crear experiències i emocions especials; sempre tenint la llibertat per bandera”.

5.1.3 Personality traits



Segons Ávalos (2010), mitjançant la informació que rebem dels missatges de les marques, podem construir la seva personalitat. Aquestes dades poden ajudar-nos a definir el seu perfil antropomòrfic (és a dir, les seves característiques físiques), així com el seu perfil socioeconòmic (amb condicions ambientals).

Ávalos (2010) argumenta que definir la personalitat d'una marca pot ajudar a establir relacions emocionals més sòlides amb el consumidor, a més de contribuir a potenciar la identitat de la marca dotant-la d'un ancoratge més concret.

Objectius amb què podríem definir Campau:

Oberta de ment

Tradicional però amb gust actual

Flexible

Atenta

Natural

Senzilla

5.1.4 Arquetips

Moltes empreses, per tal de portar la definició de la personalitat de la marca una mica més enllà, han creat noves eines per fer una anàlisi més exhaustiva sobre el tema.

És el cas del perfil arquetípic de les marques: un mètode que estudia les creences sobre els atributs dels déus de la mitologia grega. (Sabrine, 2013).

Aquests patrons mostren les similituds més humanes que existeixen en les diferents cultures, i que poden ser aplicades als perfils de les marques, consistents en una categorització dins d'un perfil arquetípic del subconscient.

Deu de la mitologia grega	Arquetip	Atributs
Dionís	Adolescent	jove, sociable, audaç
Posidó	Artista	emotiu, passional, sensible
Afrodita	Celebritat	atractiu, seductor, sensual
Hera	Esposa	conservador, compromès, tradició
Àrtemis	Explorador	aventurer, dinàmic, independent
Ares	Heroi	competidor, fort, exitós
Atena	Intel·lectual	intel·ligent, objectiu, racional
Hefest	Inventor	creatiu, funcional, innovador
Hades	Zen	ecològic, natural, serè
Hermes	Nen	divertit, infantil
Zeus	Gran	autoritari, poderós, respectable
Perséfone	Princesa	alegria, innocència, romanticisme
Apolo	Príncep	elegància, equilibri, estètica
Hestia	Voluntari	caritatiu, generós, humà
Demèter	Mare	educat, mare, protecció

D'aquests 15 arquetips, Campau es pot relacionar amb els següents:

■ L'artista

Els valors principals que defineixen aquest arquetip és l'emotivitat, la passió i la sensibilitat. Campau és, en certa manera, un artista perquè és un espai on es creen experiències i esdeveniments emotius, que serien impossibles sense la passió de les persones que posen empeny perquè tot surti bé i utilitzen la sensibilitat per a crear diferents vibracions que van en sintonia amb Campau. Una masia amb una arquitectura romàntica i que va créixer, segurament, amb la passió i ganes d'un pagès del Penedès.

■ Zen

Una persona zen és serena, natural i ecològica i així es mostra Campau, en mig de la natura i una infinitat de vinyes com a paisatge. Un lloc on es respira calma i es cuida de l'entorn.

■ El príncep

És un arquetip elegant, estètic i equilibrat com ho és també Campau. La masia combina una arquitectura singular i típica del segle XVII amb un disseny modern, és aquí on trobem aquest equilibri entre la tradició i la modernitat que dóna joc per a crear diferents històries. Tota la casa presenta una elegància única seguint una estètica romàntica i amb molt bon gust.

5.2 Disseny de l'estratègia de marca

5.2.1 Proposta de valor

Després d'una intensa investigació sobre Campau, l'opinió del consumidor, el mercat i la competència definim, finalment, què diferenciarà Campau de la competència.

“L’oferta d’un servei atent, cuida a la natura i et cuida a tu, et fa sentir com a casa teva per la seva flexibilitat i atenció al client única i exclusiva”.

5.2.2 Posicionament

El posicionament seguirà sent el mateix ja que funciona i es diferencia de la competència. Els consumidors ens veuen com una **empresa elegant, singular i flexible que dóna la llibertat per sentir-te com a casa** i, així és com som i com volem que ens segueixin veient.

Figura 65: olives
Font: (Photo AC, s.d.).



5.2.3 Key insight + Brand Idea

En aquest punt, ja coneixem Campau en profunditat: la seva essència, ànima, filosofia, personalitat, el seu entorn, la seva competència, etc. També, hem trobat què és allò que diferencia a Campau i quina és la seva proposta de valor.

El següent pas és establir la **brand idea** que és la guia de totes les accions de la marca a llarg termini. Aquesta, la trobarem a partir d'un **insight** que és un pensament literal del consumidor o *target* específic. D'aquesta manera, podem entendre'l millor i posar-nos a la seva pell.

Després de posar-nos a la pell del consumidor i fer entrevistes, identifiquem quatre *key insights* principals:

“Buscàvem un lloc amb encant i natural, que tingués una història. Teníem clar que no volíem una cosa prefabricada, és molt artificial”.

“Hi ha llocs on tenen un catàleg d'opcions i tu has de triar d'allà, et posen pegues si vols fer-ho a la teva manera i, al final el casament no és únic i especial i acaba sent com els de moltes més parelles que ho han celebrat al mateix lloc. Volem un espai on ens deixin celebrar el casament al nostre gust”.

“A altres llocs tenen un tracte molt formal i molt correcte, però a Campau no et venen la moto, t'obren les portes i et deixen fer. Es nota que la Glòria estima la masia i que és de la seva família i hi ha una història”

“Necessitem un lloc per fer una reunió d'equip que no tingui res a veure amb una oficina o una sala de conferències o reunions”.

Així neix la **Brand Idea** de Campau:

Flexibilitat i
simplicitat
perquè facis
de Campau
quelcom teu.

5.3 Identitat de marca

5.3.1 Nom de la marca

El nom de la marca és un dels elements més importants de la identitat de marca. Aquest ha de ser únic, eficaç a escala comunicativa, i capaç de plasmar els valors de l'organització (Slade-Brooking, 2015).

Com es comenta a l'anàlisi intern, **'Campau' significa 'Camp de pau'**. Es desconeix quan se li va donar aquest nom a la masia, segurament en el segle XVII quan va ser construïda per la mateixa família dels actuals propietaris. Per tant, **és un nom que no s'ha pensat mai amb un fi empresarial i de negoci** i, és per això que pot tenir els seus desavantatges, com ara la confusió que porta a pensar que el nom és 'Can Pau'.

Tot i això, **'Campau' és un nom històric, que resideix al cor de la família i seria un error canviar-lo**. Campau és un espai, que com els *insights* deien no està prefabricat, és un lloc lliure de les coses artificials que ens rodegen avui en dia. Per tant el *naming*, fa a la masia més única i amb una història que explicar. A més a més, **'Camp de pau' segueix adaptant-se als valors que la família té avui en dia; pau perquè et sents com a casa, pau perquè pots fer allò que tu decideixis, pau perquè segueix envoltada de naturalesa**.

Finalment, la millor estratègia és mantenir el nom afegint, en alguns casos, 'events' per especificar de què es tracta el negoci. D'aquesta manera, quedarà **'Campau events'**.

5.3.2 Missió, visió i valors

Missió	Visió
Compartir uns espais únics amb tothom qui ho desitgi per crear emocions, experiències i records, sempre mantenint l'essència i història de la masia.	Ser un espai reconegut en el sector per la seva bellesa, senzillesa i naturalitat en tots els aspectes. Així com, evolucionar d'un lloc vist per a casaments a un lloc per a celebrar tota mena d'esdeveniments.
Valors	
Comunitat	
Sentiment entre aquelles persones que han pogut gaudir de Campau, es comparteixen valors, gustos i aspiracions similars.	
Simplicitat	
'Menos és más' i així és Campau, des de la seva arquitectura i espais fins a la seva manera de fer i comunicar, sense extravagàncies. Sent ella mateixa.	
Diversitat	
Tothom és benvingut, empreses, parelles, amics, família, religions, orientacions sexuals...	
Progrés	
Campau evoluciona amb el món i les noves necessitats que tingui el consumidor.	
Llibertat	
Campau és un camp de pau i es respira llibertat i així es comporta l'empresa, el client està a casa seva i té la llibertat de fer el que desitgi.	
Atenció	
L'atenció als clients i a les seves necessitats i preocupacions.	
Connexió	
Toquem de peus a terra, connexió amb la natura, la gent, els clients, els col·laboradors, creem bones relacions.	

5.3.3 Reformulació del logotip

Els logotips són una combinació d'elements, formes, colors, paraules o símbols, que formen un disseny mitjançant el qual les marques simbolitzen els seus valors, la seva personalitat, o la seva promesa. (Slade-Brooking, 2015).

Les marques poden ser pictòriques o abstractes/simbòliques. En el primer cas, es tracta d'associar-se amb objectes o elements coneguts, dotant-los d'estil i simplificant-los. En el cas de les marques abstractes, són símbols que representen una idea menys evident, i a vegades, més rebuscada. (Slade- Brooking, 2015)



El logotip de Campau sempre ha sigut el mateix i es considera necessari fer un canvi dràstic i estratègic perquè el logotip descrigui en què consisteix i com és el negoci. Així, el possible client es podrà fer una idea, de manera conscient o inconscient de Campau, com també ajudarà a recordar la marca.

Primer, canviarem la tipografia. Ara mateix, Campau està escrit amb Arial, molt coneguda i que per tant, pot passar desapercebuda. A més a més, encara que és una tipografia molt senzilla i minimalista i, que per tant, podríem pensar que és adequada per Campau, té un caire més informatiu i modern i per tant, li manca personalitat i no representa a Campau. Per aquest motiu, cercarem una tipografia que aconseguixi transmetre d'una manera més precisa el que representa l'empresa.

Segon, buscarem un color més adequat. Campau és l'abreviació de 'camp de pau' i, el color vermell del logotip actual no acompanya aquest significat. El color vermell pot evocar emocions conflictives. És cert, que representa l'emoció, l'amor i la passió però, també representa l'agressivitat, la sang i el perill, aspectes que no són coherents amb la marca. (sequio, 2015). És per això que apostarem per colors que representen el nom de l'empresa i els seus valors.

Tercer, com havíem mencionat en l'apartat del nom de la marca, afegirem la paraula "events" perquè es tingui una noció de què és el negoci.

Per últim, eliminarem el disseny de la 'm' que representen les baranes de Campau. Igualment, el nou logotip, tindrà un nou símbol, convertint-se en isotip (nom de la marca + símbol).

5.3.4 Paleta de colors

L'ús de colors en una marca pot ser simplement per raons estètiques o pel color del sector o significat.

La paleta de colors escollida per Campau ha sigut tant, pensant amb els colors de Campau, és a dir, les vinyes, la masia o la terra, com també pensant en el significat i la representació d'aquests colors.

Actualment, Campau té un únic color, el vermell del logotip. La nova etapa de l'empresa anirà de la mà del verd, el *beige*, el marró i el taronja.

Un **verd** pastel que ha estat copiat directament del color de les vinyes de Campau en una fotografia i, retocat fins a aconseguir un verd agradable i amb gust. El verd és un color que ens inspira frescor, harmonia, naturalesa, renovació i tranquil·litat, entre d'altres com l'esperança i l'optimisme. (Castillero, s.d.).

Campau està rodejat de natura, és un camp de pau i per tant es respira tot el que s'ha mencionat anteriorment.

El **beige** és un color escollit principalment perquè és el color de la masia. Com amb el verd, es va copiar el color de la casa d'una fotografia. Igualment, el color *beige* també té connotacions que defineixen a Campau. Segons diferents fonts com Lifeder i el blog Todo Sobre Colores (s.d), ens indiquen que el beige ens pot transmetre assossec, calma i serenitat i té un efecte relaxant. En utilitzar aquest color també s'afegeix un element de calidesa i sensació acollidora. També es pot arribar a associar amb el luxe.

El **taronja** és un color escollit principalment per les singulars postes de sol a Campau, la casa passa d'un *beige* a un taronja intens que ens omple d'energia i serenitat al mateix temps.

Com el **beige**, el color no es va escollir pel seu significat sinó per ser un aspecte especial de l'entorn de Campau. Igualment, el taronja ens aporta entusiasme, energia, passió, alegria i determinació, entre altres. (Proyecta color, s.d.)

El **marró** és moltes coses, principalment, la terra que, sense ella Campau mai hagués existit. Campau va ser construïda per un pagès i per tant, si la terra no hagués sigut fèrtil, la masia, segurament, no estaria i no seria on està i com és ara.

Encara que el marró no és gaire apreciat per la societat, el marró és acollidor, representa tranquil·litat, terra, profunditat, simplicitat i serietat. Si s'utilitza amb moderació i gust, pot donar un toc molt especial.

Presentació- nou logotip



CAMPAU
Events

TIPOGRAFIA

Source serif pro / Light

A B C D 1 2 3

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!/?=/'"._-'*+<>

El logotip està realitzat partint de la font 'Source serif pro'. La tipografia original ha estat retocada amb més espais entre les lletres per conferir-li aquesta sensació d'aire, espai i senzillesa. Aquesta tipografia és elegant i s'intensifica amb la irregularitat de les grossors de les línies. El serif de la tipografia indica seriositat, respecte, estabilitat, fiabilitat i calma.

Helvètica / Regular

A B C D 1 2 3

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!/?=/'"._-'*+<>

La paraula 'events' està escrita amb la tipografia 'Helvètica'. És una lletra moderna, universal i transmet la sensació d'organització i pulcritud. L'Helvètica és neutral, versàtil i fàcil de llegir. És una tipografia de caràcter informatiu, no diu res de si mateixa o del que anomena, solament ho assenyalava amb el dit. És recomanable l'ús d'una tipologia així perquè és compatible en totes les comunicacions, utilitzant la mateixa composició de textos i epígrafs necessaris per a la realització d'impresos (cartes, targetes, fullets, etc.). O d'altres projectes (cartells, senyalística, publicitat, etc.).



Olivera

OLIVERES DE CAMPAU,
LONGEVITAT, RESISTÈNCIA,
RENOVACIÓ, **ESPERANÇA**,
IMMORTALITAT, SAGRADA
EN DIVERSES RELIGIONS,
PROSPERITAT, CURATIU,
FERTILITAT, **SAVIESA**,
VICTÒRIA, FA FORA MALES
VIBRACIONS, FORÇA, **PAU**.

Llibre d'imatge
i estil



**Manual d'imatge
i estil**



CAMPAU
Events

6 de maig de 2019
Campau

MANUAL DE MARCA

Aquest manual reuneix
les eines per realitzar
de manera correcta
l'aplicació gràfica de la
marca Campau.
Es mostren les maneres
correctes i incorrectes
d'ús.

logotip

tipografia

Source serif pro / Light - Separació 42

y Helvètica / Regular

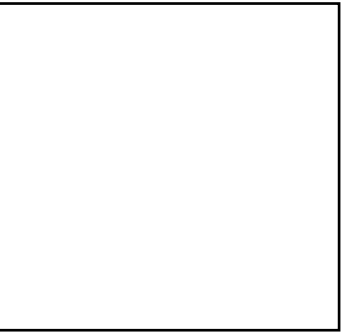
colors principals



CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
HEX #000000



CMYK 30/26/41/0
RGB 187/180/156
HEX #BBB49C



CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255
HEX #ffffff



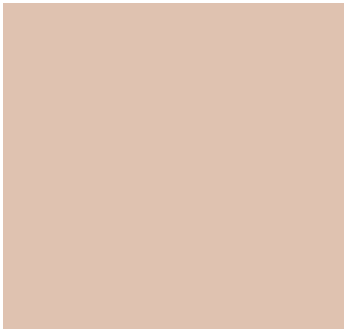
colors secundaris



CMYK 28/49/54/0
RGB 179/142/119
HEX #B38E77



CMYK 5/40/52/0
RGB 220/172/129
HEX #DCAC81



CMYK 14/27/30/0
RGB 214/193/176
HEX #D6C1B0



tipografia

Source serif pro

Titulars

Source serif regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!/?=/'*_+<>

Helvetica

Títols

Helvetica bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!/?=/'*_+<>

Caixa de text

Helvetica light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!/?=/'*_+<>

targeta de visita



to de veu

El to de veu que s'utilitzarà serà **fresc i proper** però sense deixar de mostrar **maduresa i formalitat**. D'aquesta manera, s'apreciarà la part més casolana de Campau però també la seva professionalitat i experiència.

estil foto-gràfic

El disseny tindrà un toc minimalista, utilitzant pocs colors i ornaments. D'aquesta manera quedarà equilibrat amb les fotografies dels muntatges dels esdeveniments que, segurament, estaran més plenes.

Les fotografies que no siguin de la temàtica anterior s'intentarà que siguin més simples i buides perquè es vegi la masia en el seu estat natural i que tothom pugui somiar.

Les imatges no tindran filtres afegits. Únicament es retocaran els elements bàsics com per exemple, la llum o el contrast i així donar més vida però, sempre treballar perquè la fotografia plasmi la realitat de la masia.

06.

Estratègia de comunicació

6.1 Copy strategy

Posicionament

Empresa elegant, singular i flexible, dóna la llibertat per sentir-te com a casa.

Benefici del servei

Arquitectura i atenció al servei especial.

Benefici del consumidor

Organitzar un esdeveniment amb tota la llibertat, per tant, aconseguir un resultat únic i personal en un espai singular.

Reason Why

Campau a més de tenir una arquitectura única i un premi pel seu disseny, dóna llibertat màxima als seus clients per a organitzar el seu esdeveniment, ja que no té cap contracte d'exclusivitat amb proveïdors.

To i estil

El to de veu fresc i proper però sense deixar de mostrar maduresa i formalitat.

Valors de la marca

Comunitat, simplicitat, diversitat, progrés, llibertat, atenció, connexió.



6.2 Target per la nova campanya

Mantenim el públic actual de Campau i especifiquem algún perfil.

1. Parelles que es casen

El target per a casaments no canviarà respecte el públic actual de Campau.

1

Parelles d'aproximadament 30 anys, procedència de Catalunya i també estrangera. Són persones que es casen per via civil, de classe mitjana-alta o alta, amb un pressupost pel casament de 30.000€ fins a 60.000€. Són gent fresca, divertida, amb personalitat i caràcter.

En general, compten amb una wedding planner que els ajuda amb els preparatius i també procura que l'estil del casament estigui d'acord amb la personalitat de la parella. Per tant, aquestes estan en sintonia amb l'estil 'rústic-xic, natural i al mateix temps de disseny' que té la masia.

Comencen buscant l'espai i el càtering i tenen entre 50 i 120 convidats i visiten entre 4 i 10 espais abans de decidir-ne un. Igualment, no tarden a escollir Campau.

2

Parelles d'entre 24 i 32 anys i parelles d'entre 38 i 40 anys. Heterosexuals i homosexuals. En general, són persones de classe mitjana que viuen a la zona del Penedès, envoltats de vinyes i natura. Per tant, això els defineix com a persones. És gent que els hi agrada la vida més tranquil·la i senzilla, gaudeixen de la naturalesa i l'esport a l'aire lliure. Igualment, no deixen de banda les noves tecnologies com són les xarxes socials.

Es casen per via civil i busquen un lloc màgic i elegant, però, al mateix temps senzill, que els faci sentir com a casa, un lloc rústic, rural i romàntic on es pugui fer la celebració a l'aire lliure.

Aquestes parelles organitzen la boda, sense cap mena d'ajuda. Comencen buscant l'espai i després el càtering, moltes vegades amb l'ajuda de les recomanacions de Campau. En general tenen 100 convidats, alguns més (150-180) i altres menys (80). Es deixen guiar pel que els hi agrada i, encara que han de fer un esforç per poder assumir els costos de Campau, es decideixen per la masia sense cap mena de dubte. Acostumen a visitar dues masies un any abans del casament, a vegades amb intenció de visitar més. Però, en visitar Campau, no tenen la necessitat de seguir buscant, tampoc els hi requereix molt temps fer la reserva.

Parelles homosexuals: Encara que aquestes no presenten cap diferència amb les parelles heterosexuals, Campau té un nombre molt escàs de clients gais quan l'anàlisi indica que Tarragona i Barcelona són les ciutats amb més parelles amb aquesta orientació sexual a Catalunya, una de les comunitats autònomes amb més homosexuals d'Espanya. És per això, que es dedicaran unes accions específiques per aquest target.

2. Empreses

Després de l'extens anàlisi sobre la cultura empresarial i l'entrevista feta a l'*event planner* de Fresh&Wood (consultar annex), arribem a la conclusió que els següents perfils d'empresa tenen potencial per Campau.

1

Petites i grans empreses amb recursos suficients per realitzar diferents tipus d'accions fora de les oficines. Són companyies que han evolucionat a un nou concepte d'empresa i posen èmfasi a la importància dels Recursos Humans. És per això, que realitzen reunions, formacions o activitats de manera interna en llocs allunyats de les oficines.

2

Petites i grans empreses amb inversió en comunicació i relacions públiques. Organitzen esdeveniments per diferents accions de comunicació, sigui un llançament d'un producte, sigui una campanya específica. Necessiten un espai que sigui coherent amb el seu missatge i, és per això, que són empreses que es dediquen a sectors que poden estar relacionats amb la natura o l'ecologia. Com per exemple, empreses de cosmètica o moda vegana, tecnologia elèctrica o empreses que estan fent petits passos per respectar el medi ambient.

3. Turistes

Famílies amb fills petits de classe mitjana-alta, procedents de petites i grans ciutats.

Fan vacances a l'agost i busquen un lloc tranquil i polivalent per estar junts en família. Un lloc fresc amb espai i màxima tranquil·litat, que estigui prop de diferents atraccions turístiques per fer activitats diferents cada dia. Prop de la platja, prop de la muntanya per fer excursions, etc.

6.3 Punts de contacte

■ Owned media

Els mitjans propis són tots aquells que pertanyen a l'empresa i que, per tant aquesta té control sobre ells. Campau establirà com a principals punts de contacte amb el client els següents mitjans propis: la pàgina web (fotografies, blog, explicacions dels espais, etc.) i les xarxes socials (Instagram i Facebook).

■ Paid media

Els mitjans pagats són quan l'empresa paga per aparèixer en un espai, pot ser premsa, google (SEM), google adwards, fotografies promocionades a les xarxes socials, etc.

De moment Campau no utilitzarà aquesta tècnica, ja que no té pressupost i s'inicia amb aquest pla en el món de la comunicació online y offline.

■ Earned media

Els mitjans guanyats són aquells en què l'empresa no pot decidir què es publica, on i quan. Per exemple, aparèixer a premsa sense haver pagat al mitjà, reviews, boc-orella, publicacions de col·laboradors als seus blogs i xarxes socials, etc.

Campau treballarà per tenir almenys tres aparicions a premsa mitjançant la col·laboració amb altres professionals del sector, organitzant activitats, etc.

A still life photograph featuring a wicker basket filled with various hats and dried flowers, and three dark glass wine bottles on a windowsill. The scene is set against a bright window with a wooden frame, and the wall is made of textured, light-colored plaster. The lighting is warm and natural, creating a cozy and rustic atmosphere.

TERCERA FASE:

Pla d'accions

Figura 66: inspiració mediterrània
Font: (Ulrich, s.d.).

Redisseny de la pàgina web i millora del SEO

Campau tindrà un redisseny total de la pàgina web per tal de millorar la seva posició orgànica als cercadors i per ser més atractiva per l'usuari. D'aquesta manera, aconseguirem més trucades i visites a la masia.

Social media strategy i pla de continguts

S'elaborarà una estratègia i un pla de continguts per les xarxes socials per publicar contingut que vagi acord amb l'estil i valors de Campau i que compleixi amb les expectatives i objectius marcats per l'any 2021.

Captar l'atenció d'event i wedding planners

És important no solament dirigir-se al client final sinó també a l'intermediari que ens ajudarà a arribar al nostre consumidor.

- E-mails
- Xarxes socials
- Visites

Potenciar les aparicions en els portals

Campau potenciarà i ampliarà els portals on apareix, d'aquesta manera, ens contactarà més gent i de públics diferents.

- Millora del contingut en els portals actuals.
- Aparició en nous portals.

Esdeveniments

Campau és un lloc per fer esdeveniments, és per això que Campau també en farà com a 'exposició' dels seus espais i per cridar l'atenció del públic objectiu:

- Boda sense nuvis
- Gala benèfica
- Experiència *team building* (premsa)
- Exposició d'art Joel Miñana

Anar a buscar el client sense intermediaris

No hem d'esperar que el client vingui a nosaltres sinó que hem de ser proactius i anar-lo a buscar.

- E-mails
- Xarxes socials
- Fires

Notes de premsa per a premsa especialitzada

Enviament de notes premsa amb contingut rellevant.

Anunci airbnb

Millora de l'anunci d'Airbnb per atraure a més clients.

01: Triplicar el nombre de visites mensuals al web.

■ Redisseny de la pàgina web i millora del SEO

Es farà un redisseny complet de la pàgina web amb WordPress, ja que és una plataforma professional, amb noves eines periòdicament i està molt orientada al posicionament SEO.

L'esbós de la pàgina web s'ha fet amb Wix, ja que té un plantejament més visual a l'hora de construir el *site*.

*Nota 1: totes les fotografies de la web hauran de ser de Campau. A causa de la situació actual (COVID-19), no s'han pogut fer fotografies de qualitat de la masia. A més a més, la primera fotografia a l'inici de la web serà de l'espai, perquè no s'associï Campau amb cap mena d'esdeveniment en concret.

*Nota 2: la pàgina web estarà disponible amb català, espanyol i anglès.

*Nota 3: Aquesta pàgina web està optimitzada per ordinador i mòbil però no per *tablet*, quan s'elabori amb WordPress no hi haurà aquest problema.

<https://tfgcarlacampdera.wixsite.com/campau>

Figura 67: nova pàgina web Campau
Font: elaboració pròpia



A Campau volem que la boda parli per vosaltres i que expliqui la vostra història. És per això, que nosaltres et donem la màxima llibertat perquè us sentiu com a casa i organitzeu aquest esdeveniment únic com i amb qui vulgueu.



Els espais

Disposen de més de sis espais per a que qualsevol celebració sigui possible a Campau. Localitzacions màgiques amb un toc especial i diferent cada una d'elles per a que el teu dia sigui especial i sobre tot, sigui tu.

Vineu virtualment!

Més



Blog

Galeria



SEO

El SEO és l'abreviació en anglès de Search Engine Optimization, és el procés de millorar la visibilitat d'un lloc web en els resultats orgànics (no pagats) dels diferents cercadors, com per exemple Google. (40 de Fiebre, s.d.).

A continuació, factors a tenir en compte per tenir una bona posició SEO de la pàgina web de Campau:

- 1. La pàgina web s'ha d'**adaptar al nostre dispositiu**. Ha de ser compatible amb ordinador, mòbil i *tablet*.
- 2. La pàgina web ha de ser **ràpida**, procurar tenir imatges de qualitat però que no tinguin un pes molt elevat, ja que si no la pàgina trigarà a carregar-se i els cercadors ens castigaran. Hi ha eines com Search Console o Google Speed que ens ajudaran a tenir en compte aquest aspecte.
- 3. Utilització de **negretes per a paraules clau** i un **to senzill** amb **construccions clares** a l'hora d'escriure.
- 4. **Enllaços rellevants a pàgines externes**. Ho podem fer a través del blog, recomanant professionals que han participat en un casament a Campau.
- 5. **Enllaços interns a la pàgina web** per crear valor i dinamisme.
- 6. **Integració de contingut d'altres xarxes socials**.
- 7. Els **continguts han de ser originals, actualitzats i accessibles**. El més important és l'usuari, no el cercador, per tant el contingut ha de ser de qualitat i útil per aquest. Si optimitzem en excés la nostra pàgina web, el cercador ho detecta.
- 8. Totes les pàgines de la web han d'estar lligades amb *links* perquè tot sigui de fàcil accés.
- 9. **Actualitzar** almenys un cop per setmana la pàgina.
- 10. L'entrada que apareix al cercador ha de ser la nostra targeta de visita.
- 11. **Definir títol i descripció pròpia per cada pàgina del web**.

12. **Etiquetar** totes les fotografies i afegir una **descripció**.

13. **Site map**: Els sitemaps són arxius en els quals es proporciona informació sobre les pàgines, els vídeos i altres arxius d'un lloc web, així com les relacions que hi ha entre ells. Els cercadors, com Google, llegeixen aquests arxius per a rastrejar els llocs web de forma més eficaç. (Suport de Google, s.d.)

masiacampau.com

Masia Campau | Espai per a esdeveniments

Masia del Penedès que lloga els seus espais per a esdeveniments: casaments, reunions d'empreses, esdeveniments corporatius i més celebracions.

Casaments

Què t'oferim? Descobreix el lloc dels teus somnis.

Empreses

Descobreix les facilitats que et donem a Campau.

Espais

Descobreix els espais màgics de Campau

Celebracions

Sigui el que sigui t'obrim les portes de Campau!

Airbnb

Gaudeix d'unes vacances tranquil·les a Campau.

Qui som

T'explicuem la nostra història!

masiacampau.com

Masia Campau | Espacio para eventos

Alquilamos nuestros espacios para eventos: bodas, reuniones de empresas, eventos corporativos y todo tipo de celebraciones.

■ Millora de les aparicions en els portals

Campau actualment solament està present en diferents portals de bodes, com Bodas.net, Zankyous.es i Todoboda.com. Aquestes webs porten molt tràfic, és més, molts clients van conèixer Campau per algun d'aquests portals.

Problema: informació errònia, antiga i fotografies de mala qualitat.

Què fem

- 1. Contactar amb els diferents portals per perfilar la informació. Millorar-la i corregir-la.
- 2. Enviament de fotografies més estètiques i de més qualitat. A mesura que se celebrin nous casaments, s'enviaran noves fotografies que puguin agradar a l'usuari. (Sempre amb el permís dels participants).

Bodas.net

Error a l'especificació dels serveis. Campau no els ofereix, solament recomana a altres proveïdors. Especificar-ho i explicar el motiu, la filosofia de Campau és que cadascú sigui lliure d'escollir allò que més li agrada per celebrar el seu dia més especial d'una manera única i seva.

Servicios	Más información sobre Masia Campau	
• Boda en exclusiva.	¿Celebras más de un evento al día?	No
• Catering	¿Es posible alquilar únicamente el espacio, sin el servicio de restauración?	Sí
• Floristería		
• Músicos	¿Dispones de catering/cocina propia?	Catering
• Fotógrafos	Exclusividad fotógrafo:	No
• Asesoramiento	Exclusividad música:	No
• Transporte con chófer.	Exclusividad catering:	No

Figura 68: Serveis i informació sobre Campau a Bodas.net. Bodas.net (s.d)

Zankyous.es

Millorar les imatges i afegir-ne de noves, ja que moltes són de mala qualitat i són escasses. A més a més, a l'apartat de preguntes freqüents, indica que Campau inclou el mobiliari i decoració i, no és correcte.

¿Están incluidos el mobiliario y la decoración al contratar el espacio?

Sí, el mobiliario está incluido al alquilar el espacio

Figura 69: Preguntes freqüent sobre Campau a Zankyous.com. (Zankyous.es, s.d.).

Todoboda.com

Millorar les imatges i afegir-ne de noves. Corregir els errors. Eliminar el preu, a més que no és correcte, no li interessa a Camapu que estigui publicat, ja que gran part dels clients es guanyen quan visiten la masia. Indica que la masia té cuina propia (referint-se a càtering) i és incorrecte. Per últim, text de descripció molt llarg i en un sol paràgraf. Corregir-lo per fer-lo llegible.

Alquiler desde

2000€

Capacidad

180

Sala 1700 | 29,24 m2 | Capacidad: de 2 a 8 personas

Sala Celler | 60 m2 | Capacidad:50 personas

Sala Celler II | 45,68 m2 | Capacidad: de 2 a 12 personas

Patío de arcadas del siglo XVIII con una superficie de 300m2 y una capacidad para 180 personas. Nuestro entrono, con más de 60.000.2 de terreno rodeado de viñas y bosque es un l diversión y el espíritu de equipo.

Nuestro entrono, con más de 60.000.2 de terreno rodeado de viñas y bosque es un l diversión y el espíritu de equipo. Ofrecemos nuestra "Sala Celler" y el espacio natura espacioso, agradable y tranquilo totalmente personalizado para su celebración. Ofre Nostra Era" donde disfrutará de un entorno espacioso, agradable y tranquilo totalme

ServiciosPonemos a su disposición toda clase de servicios complementarios como catering, floristería, músicos, fotógrafos y todo el asesoramiento necesario para el perfecto desarrollo de este día tan entrañable Variada gama de comidas para sus reuniones de trabajo en nuestra "Sala Celler".Servicio de catering: Desayunos, comidas, "Coffe Break" y cenas. "Outdoor Training". Programas diseñados a medida donde puede combinar cursos específicos y actividades al aire libre. Formación, motivación, incentivos. Ponemos a su disposición servicios de traducción así como la posibilidad de alquiler de cualquier medio de transporte con chófer para sus desplazamientos. Solicite información de nuestros "packs", todo incluido, en función de sus necesidades. Comidas y cenas, bodas de oro y de plata, cumpleaños, fiestas de fin de año, verbenas, cocktails, charlas y coloquios. Así mismo les ofrecemos la posibilidad de organizar cualquier tipo de espectáculo adicional para amenizar su celebración. Posibilidad de alquiler de instrumentos de cuerda, percusión y viento. Otros servicios Presentación de productos, spots publicitarios, degustaciones etc... Les ofrecemos más de 60.000m2 entre La Masía, salones, jardines, viñas, bosque y sus alrededores para la filmación de Spots, Presentaciones de Productos, Degustaciones y otras actividades que desee organizar a nivel profesional o personal. Disponemos de grupos electrógenos industriales para ampliar la potencia eléctrica si fuera necesario. Nuestro equipo de organización esta siempre a su disposición para coordinar cualquier necesidad de última hora.

Alojamiento

Cocina propia

Catering externo permitido

Aparcamiento

Figura 70: Descripció sobre Campau a Todoboda.com (Todoboda.com, s.d.).

O2: Crear un perfil d'empresa a Facebook i obtenir 600 usuaris únics en un any a Instagram.

■ Social media strategy i pla de continguts

El primer pas serà crear un perfil d'empresa a Facebook, ja que en aquests moments no tenim accés a les estadístiques. Aquestes ens indicaran quantes visites es fan al perfil, quin públic tenim (masculí o femení), la procedència d'aquest públic i rang d'edat de l'audiència. Encara que a Instagram es té accés a aquestes dades perquè @masiacampau és un perfil d'empresa, la informació no és rellevant per les escasses visites i seguidors que té. Que, a més a més, la majoria d'aquests són coneguts de la família i no clients o possibles clients.

A mesura que el perfil a Instagram guanyi rellevància, les estadístiques ens mostraran el màxim d'audiència que té el perfil segons el dia i l'hora, això ens indicarà quan és millor que publiquem el nostre contingut. Per últim, podrem veure l'èxit que té cada imatge, impressions, comentaris, likes, engagement i així saber, quin és el contingut que té més èxit.

Un cop tinguem aquesta informació podrem elaborar una estratègia adequada i acord amb el nostre públic.

Igualment, a continuació presento una estratègia a les xarxes socials.

Les xarxes socials que s'utilitzaran seran Instagram, Facebook i LinkedIn. A Instagram i Facebook es publicarà el mateix contingut adaptant formats i fent lleugers canvis quan sigui necessari. En cas que es veiessin diferències rellevants entre el públic usuari d'Instagram i el de Facebook, es canviaria la direcció del contingut entre una xarxa i l'altra.

De moment, com que Instagram ens proporciona més eines, s'elaborarà el pla de continguts pensant en Instagram.

A LinkedIn únicament es penjaran continguts que involucri a les empreses, d'aquesta manera podrem escriure contingut interessant per aquesta xarxa social i captar clients.

Periodicitat:

A Instagram i Facebook les publicacions seran diàries i els continguts es prepararan a una setmana vista, però sempre tenint un esbós de què s'ha de publicar a escala mensual.

A LinkedIn les publicacions es faran quan hi hagi contingut atractiu per publicar a la xarxa. Igualment, es procurarà que es mantingui una periodicitat homogènia i activa.

Què

Les xarxes socials són un aparador per a les marques. Són utilitzades per a comunicar els seus serveis, els seus valors, la seva personalitat i la seva essència. Per això, mitjançant l'estratègia digital, pretenem donar a conèixer Campau reflectint la seva personalitat i els seus valors.

Perquè

Perquè la gent conegui Campau i l'empresa obtingui visibilitat i notorietat.

Com

La comunicació de la marca a les xarxes socials es basarà en una estratègia de pla de continguts que reflectiran què és Campau i com és a través d'imatges, vídeos i text.

Producte i servei

Aquest contingut ocuparà un 70% a les xarxes socials.
Campau ensenyarà els seus espais i serveis al públic de les següents maneres:

Muntatges

Fotografies i vídeos dels espais adornats pels esdeveniments.

Espais vuits

Contingut dels espais vuits perquè l'usuari deixi volar la seva imaginació. I donar sensació de tranquil·litat, natura i llibertat.

Close ups

Fotografies de detalls de la masia, racons màgics. Aquí donem contingut als detallistes, als qui pensen en fotografies o volen fer una sessió fotogràfica a Campau.

Activitats

Aquest contingut ocuparà un 20% a les xarxes socials.

Es publicaran fotografies i vídeos de tot el que s'organitzi a Campau. Casaments, presentacions, etc. S'intentarà generar un vincle i crear emocions pujant aquestes possibles experiències que l'usuari també pot viure.

Inspiració

Aquest contingut ocuparà un 10% a les xarxes socials.

A l'hora d'organitzar un esdeveniment, les idees i la creativitat és vital. Per això, Campau dedicarà posts per inspirar als seus usuaris i així, no ser únicament un aparador de la masia sinó un instrument per crear valor per a l'usuari.

S'utilitzarà el hashtag #inspo per diferenciar-ho del contingut propi.

Cites

Les cites ajuden a seguir i a mantenir-nos motivats.

Muntatges

Inspiració de decoració i muntatges sense límits.

No només posem el nom, d'aquesta manera si busquen 'eventos', tenim més possibilitats de sortir.

Descripció breu de qui som i què fem.

Per a més informació, la pàgina web.

El botó de contacte permetrà escriure un correu o trucar.

Els destacats tindran la paleta de colors de Campau.

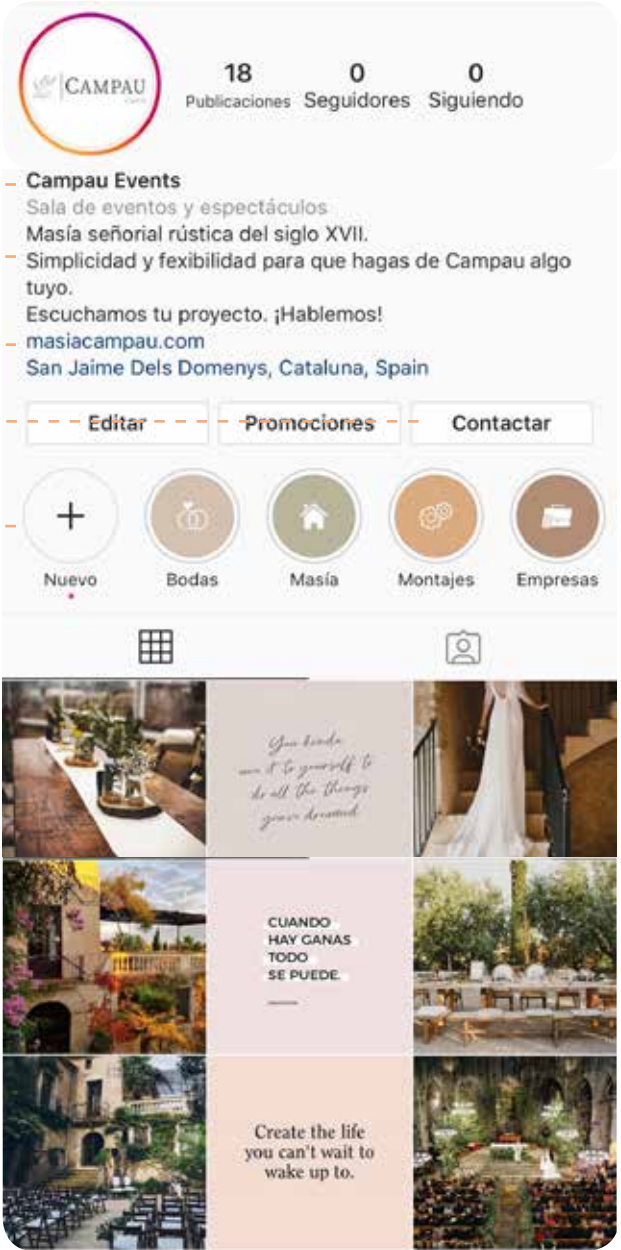


Figura 71: Proposta feed Campau
Font: Elaboració pròpia (Instagram, s.d.).

Serà amb l'ajuda del *copy*, que els continguts de les xarxes socials transmetran els següents valors de Campau; simplicitat, llibertat i connexió, sentit de comunitat i diversitat.

Best practices



Bon ús de les eines d'Instagram: utilitzarem l'eina d'enquestes per conèixer més als usuaris. Un dels nostres valors són comunitat i connexió i així els instaurarem en el nostre dia a dia, interactuant amb la nostra audiència, apropant-nos a ella i escoltant les seves preferències i necessitats.



Fotografies i vídeos dels espais des de vistes i èpoques de l'any diferents i amb llums especials.

L'usuari podrà veure Campau de totes les maneres, conèixer la masia en profunditat i tenir la sensació que la coneix i que hi ha estat.

Transmetre un sentiment d'exclusivitat i tranquil·litat. Deixar volar la seva imaginació.



Fotografies i vídeos de la vida a la masia, capturar petits detalls, sons i racons, poden sortir persones fent diferents activitats. Exemples: gravar un racó de manera fixa mentre se sent el cant dels ocells, fotografiar al jardiner, algú relaxant-se a la gespa o corrents per les vinyes. Mostrar la rutina tranquil·la i lliure que es viu a Campau.



Ensenyar tot el procés de muntatge dels esdeveniments i etiquetar als proveïdors. D'aquesta manera ells publicaran la nostra història a la seva i arribarem a més gent.

També involucrarem als nostres seguidors en el procés de cada celebració creant un sentiment de pertinença i comunitat.



Bon ús de les eines d'Instagram: utilitzarem l'eina de preguntes per conèixer l'opinió dels usuaris.

Ens apropiem a ells fent-los veure que els escoltem i ens interessa la seva opinió per crear tots junts un espai millor.



Crearem carpetes destacades, els principals són 'casaments', 'empreses', 'Airbnb', 'celebracions', 'muntatges' i 'preguntes'. S'aniran ampliant les carpetes a mesura que es vegi necessari. Això ens permetrà que l'usuari tingui fàcil accés a la major informació possible.

Figura 72: Best practices Instagram
Font: Elaboració pròpia amb Instagram.

■ Col·laboració amb professionals del sector per XXSS

Una manera molt efectiva per donar a conèixer a Campau és col·laborar amb persones del sector via xarxes socials.

Campau seguirà a les xarxes socials a altres professionals com event i wedding planners, agències de comunicació, càterings, floristes, fotògrafs, portals de turisme i de bodes, etc. D'aquesta manera creem connexions i contactes amb tots aquells perfils que ens poden interessar i que estan involucrats en el nostre negoci.

Shootings sector casaments

Contactarem amb una firma de vestits de núvia, una floristeria, una maquilladora i un fotògraf. Proposarem una col·laboració per fer un *shooting* a Campau. Cadascú posa la seva part, es crea contingut de qualitat que cada empresa pot compartir etiquetant i mencionant als altres col·laboradors. Així, els seguidors de les altres empreses poden conèixer i interessar-se per Campau.

Proposta de col·laboració:

Vestit de núvia: @Otaduy (Seguidors: 50,2K)

Florista: @sabiabrutaflor (Seguidors: 10,3K)

Càtering: @sarovacatering (Seguidors: 10,6k)

Fotògraf: @marcossanchez_ (Seguidors: 14,2k)

Com es pot veure a les següents fotografies, aquests professionals tenen un estil similar al de Campau, estil romàntic i rústic, paleta de colors terra, fotografies amb una il·luminació un toc més fosca per contrastar les plantes i la fusta perquè es plasmi millor l'ambient i l'encant.



Figura 73: Flors
Font: @sabiabrutaflor



Figura 74: Muntatge
Font: @marcossanchez_



Figura 75: Parella
Font: @marcossanchez_



Figura 76: Càtering
Font: @sarovacatering



Figura 77: Model
Font: @Otaduy

Instagram live

Preparar directes a Instagram amb gent del sector. Es faran entrevistes a *event planners*, *wedding planners*, agències de comunicació, empreses sostenibles amb un nou concepte de treball, fotògrafs, etc. Tot allò que creiem que pot interessar a la nostra audiència ho comentarem amb especialistes **perquè les xarxes socials de Campau no només siguin un aparador de la masia, sinó un espai on es creï valor i experiències.**

O3: Aconseguir un mínim de tres aparicions a premsa especialitzada.

■ Petits esdeveniments i workshops

Esdeveniment: casament sense nuvis

Proposta: organitzar, junt amb la col·laboració de professionals del sector un 'bodorrio' sense nuvis a Campau per a la premsa especialitzada.

Primers passos:

1. Buscar professionals que vulguin col·laborar amb l'interès de tenir notorietat a la premsa. (Càtering, wedding planner, decoració, dj, fotògraf...).

2. Fixar data. Ja que aquests professionals tenen un volum de feina elevat, s'ha de buscar una data viable per a tothom.

Seria bo fer l'esdeveniment al setembre o inicis de primavera, ja que és quan comença la temporada de casaments i la premsa escriu més articles. A més a més, segons un estudi de Bodas.net, The Knot i Wedding Wire els compromisos augmenten en un 12% al desembre, un 10,4% a l'agost i un 9,5% al juliol. (20minutos, 2019). Tenint en compte aquestes dades, que la temporada de casaments és de març a octubre i, que es comencen a fer els preparatius aproximadament un any abans, l'esdeveniment ha de caure durant la temporada per a totes aquelles parelles que es casen l'any següent.

2. Llistat de convidats: entre els periodistes convidats han d'estar presents els següents mitjans:

Bodas.net
Zankyou.com
Todoboda.com
Hola Novias
Vogue Novias
Telva Novias
Novias

Lucía se casa
Nupcias
Bridal
@bodasdecuentonew (31,9K)
@tendenciasdebodas (110k)
@vintagebodas (62,5K)
@lachampanera (110K)

3. Invitacions, trucades, etc.: Campau s'encarregarà de la gestió de l'esdeveniment, ja que serà l'organitzador principal.



Masía Campau organiza una boda sin novios para contarnos las nuevas tendencias

Inauguramos temporada con bodorrio sin novios en Campau junto a Freshandwood y Sarova Catering

Figura 78: Titulars
Font: Elaboració pròpia.

■ Gala benèfica

Campau, camp de pau que lluita contra les injustícies. Els seus valors com la llibertat, progrés i el sentit de comunitat impulsen a la masia a posar el seu granet de sorra per millorar aquest món. I és per això, que Campau organitzarà una gala benèfica buscant un càterring col·laborador.

Encara que aquest pla és a un any vista, es podria realitzar una gala benèfica de manera anual col·laborant amb una causa diferent cada any.

Proposta per l'any 2021: Campau amb Plan Internacional



Figura 79: Nou logotip Campau
Font: elaboració pròpia



Figura 80: Logotip Plan Internacional
Font: (Plan Internacional, s.d.)

Plan internacional és una ONG internacional que fa més de 82 anys que ajuda a nens i nenes en tot el món. Aquesta ONG té projectes que treballen pels drets de la infància. Com per exemple, la lluita contra la pobresa infantil, el dret a l'educació, salut sexual i reproductiva, alimentació, nutrició, mutilació genital femenina i matrimoni infantil. (Plan-internacional.es).

La gala benèfica se centrarà en aquest últim tema. Com a espai que rep amb braços oberts a tots aquells que es casen amb respecte i per amor, Campau se sent amb l'obligació d'ajudar a aquelles nenes que no poden tenir la història que es mereixen.

Plan Internacional diu el següent sobre el projecte contra el matrimoni infantil: "Garantir que les nenes poden gaudir del seu dret a decidir, el seu futur és fonamental per a aconseguir la igualtat de gènere. Des de Pla International duem a terme projectes perquè totes les nenes tinguin accés a una educació de qualitat i retardar el matrimoni o el part per a trencar el cercle de la pobresa i que puguin tenir un futur millor. Diguem NO al matrimoni infantil" (Plan-internacional.es).

Primers passos:

1. Buscar un càterring col·laborador per reduir costos i tenir més suport. El càterring tindrà màxima visibilitat a l'esdeveniment i a les notes de premsa.

2. Fixar data: 11 d'octubre, dia mundial de la nena. L'any 2021 cau en dilluns, per tant, seria bo fixar la data pel divendres vuit d'octubre. Aquesta data és clau i juga a favor nostre el fet que el temps encara és bo i es poden utilitzar els espais exteriors de Campau.

3. Llista de convidats: entre els contactes del càterring col·laborador, Campau i Plan Internacional, reunirem persones influents i amb recursos perquè assisteixin i contribueixin a la causa fent donacions. Entre els convidats, hi haurà premsa generalista i especialitzada.

O4: De les visites obtingudes a la web i xarxes aconseguir 130 conversions en trucades, e-mails i visites a la masia.

Aquest objectiu es complirà amb accions que hem descrit a l'objectiu 1 i 2. Una bona pàgina web amb un SEO fort i una estratègia a les xarxes social que cridi l'atenció dels usuaris, ajudarà que hi hagi conversions a trucades, e-mails i visites.

O5: Doblar les empreses com a clientes.

■ Presència en nous portals

És convenient que Campau no només estigui present en portals dedicats exclusivament a casaments, com passa actualment, sinó també tenir presència en portals per a empreses i altres celebracions.

Els següents portals són interessants pel seu tràfic i popularitat:

Rural Meeting és una plataforma on es reserva de manera online espais de reunions i esdeveniments corporatius ubicats fora de la ciutat. Gratuït.

Espacios Más Creativos és un portal que reuneix milers d'espais singulars que entre altres serveis, estan preparats per acollir esdeveniments. No és gratuït, la tarifa base són 98€ l'any, l'estàndard 280 i la prèmium 480€. La tarifa base no et dona visibilitat, ja que et col·loca a les últimes posicions i no apareix el teu contacte, web, etc. L'estàndard, en canvi, et posiciona per sota de la versió prèmium, però ja hi ha més possibilitats d'aconseguir visites i et deixa donar el contacte de l'empresa. Igualment, s'hauria de consultar amb el departament de vendes quins són els números i estadístiques.

Venues Place és un portal i buscador internacional especialitzat en llocs de celebració per tota mena d'esdeveniments. Gratuït.

Evento Plus és una web que engloba el món dels esdeveniments, trobem notícies, articles, webinars i un directori on trobar tot el que necessitis, espais per als esdeveniments, càterring, muntatge, transport i serveis tècnics. No és gratuït però no s'especifica el preu al web.

Celebrents és, com Evento Plus, una web d'esdeveniments, podem trobar des d'espais per als esdeveniments i càterring fins a mags i castells inflables. És gratuït.

■ Contingut a xarxes social que inclogui a les empreses

És important que a les xarxes socials no només apareguin fotografies relacionades amb casaments, sinó que també s'ha de publicar contingut dels altres tipus de celebracions que es poden fer a Campau, com són els esdeveniments corporatius. D'aquesta manera, Campau no es veurà com un lloc limitat a la celebració de bodes i podrem generar leads d'empreses a través de les xarxes socials.

Com que al principi mancarà material d'esdeveniments celebrats a Campau. Es faran petits *shootings* sigui amb models o únicament dels espais de la masia amb muntatges.



Figura 81: Sala de reunions. Font: (EventoPlus, 2017)



Figura 82: Esdeveniment corporatiu. Font: (Blog Rural Meeting, 2017)

■ Anar a buscar el client sense intermediaris

Ens aproparem directament a les empreses de les següents maneres.

1. Seguir-los a les xarxes socials i generar interaccions perquè sàpiguen qui som i visitin el nostre perfil. Comentar històries, posts, etc.

2. Mailing. Crearem una base de dades amb totes aquelles empreses que puguin estar interessades en Campau i s'enviaran mails als quals hagin donat el seu consentiment, sempre complint amb la llei de protecció de dades. Serà un mail únic i especialitzat per a cada empresa. Per exemple, per aquelles que tenen tendència a crear esdeveniments per premsa, influencers o consumidors, orientarem el mailing cap a l'oferta d'espais únics per a fer celebracions grans i especials. En canvi, si són empreses que tenen una forta activitat en l'àrea de Recursos Humans i organitzen reunions o activitats pels seus treballadors, l'enfocament serà més cap a l'espai que té la masia, l'equipament i el canvi d'aires que pot aportar a l'empresa.

3. Assistència a fires i congressos. Campau assistirà a aquells esdeveniments on estiguin les empreses que els interessa, les que tenen un focus important en la gestió i motivació dels treballadors i aquelles més ecològiques que tenen un estil similar a Campau. Es tractarà de fer contactes a llocs com els següents:

Espai Factor Humà. Barcelona: es tracten temes d'actualitat per a tots aquells que s'encarreguen de la gestió del personal.

HRcoreLAB7. Barcelona: organitzen conferències que varien cada any. S'assistirà en cas que aquestes siguin xerrades que puguin interessar al nostre públic objectiu.

Congrés Factor Humà. Barcelona: xerrades amb professionals del sector de RRHH, estands i zones de networking.

BioCultura. Barcelona. Fira de productes ecològics i consum responsable. Reuneix a expositors del sector de l'alimentació bio, cosmètica ecològica, moda sostenible, benestar, entre d'altres.

Ecosalud. Barcelona. Fira de productes naturals per uns hàbits de vida saludable.

■ Captar l'atenció d'agències de comunicació i event planners

Una manera d'arribar al client és a través d'agències de relacions públiques o event planners.

1. Seguir-los a les xarxes socials i generar interaccions perquè sàpiguen qui som i visitin el nostre perfil. Comentar històries, posts, etc.

2. Mailing. Crearem una base de dades d'event planners i agències de relacions públiques. S'enviarà un mail de presentació (sempre complint amb la llei de protecció de dades) perquè ens incloguin a la seva base de dades. També se'ls convidarà a visitar la masia si ho desitgen.

3. Visita guiada per la masia. Aquells que ho desitgin tindran una visita guiada per Campau perquè la puguin conèixer de primera mà i proposar-la als seus clients.

■ Workshop: Experiència team building per la premsa

Se simularà una jornada de *team building* per la premsa, on l'objectiu serà que els periodistes visquin l'experiència en primera persona i coneguin les noves tendències.

Es col·laborarà amb un expert en el tema. Aquest, amb l'ajuda de Campau, organitzarà una jornada plena d'activitats per fer team building. S'ensenyarà a la premsa les noves tendències i el motiu de cada activitat, què s'està treballant i quins són els punts forts de cada exercici.

Càtering i transport aniran a càrrec de Campau.

Amb aquesta experiència busquem estar presents en mitjans dirigits a les companyies, segurament revistes de recursos humans. Igualment, també podem arribar a empreses que els pot interessar Campau per fer altres activitats, com ara reunions o esdeveniments.

O6: Doblar les parelles homosexuals com a clientes.

■ Captar l'atenció d'aquest públic a les xarxes socials i blog

Podem captar a la comunitat LGTBI a les xarxes socials de diferents maneres:

- 1. Publicar material lgtbi** de casaments homosexuals celebrats a Campau, o bé contingut d'inspiració.
- 2. Utilitzar hashtags:** #lgtbiespaña, #lgtbifriendly #comunidadlgtbi. Són hashtags amb tràfic però no exagerat, d'aquesta manera tenim oportunitats de sortir a les primeres posicions.
- 3. Articles lgtbi al blog:** articles de casaments realitzats a Campau o entrevistes a professionals del sector.
- 4. Col·laboració amb professionals del sector bodes que tinguin seguidors homosexuals.** Shootings col·laboratius i Instagram lives amb fotògrafs, estilistes o maquilladors que tinguin públic LGTBI.

■ Captar l'atenció wedding planners que es dediquin a l'organització de bodes homosexuals

Encara que no s'haurien de marcar diferències entre una boda homosexual i una heterosexual, hi ha wedding planners que aposten per especificar que són LGTBI friendly per remarcar els seus valors i perquè s'han trobat amb discriminacions en diferents experiències. Ho explica la wedding planner Carolina Cazorla a una entrevista per Lootis (2017), revista LGTBI i a la seva pàgina web, Vámonos de Bodorrio.

- 1. Seguir-los a les xarxes socials** i generar interaccions perquè sàpiguen qui som i visitin el nostre perfil. Comentar històries, posts, etc.

2. Mailing. Crearem una base de dades d'event planners i agències de relacions públiques. S'enviarà un mail de presentació perquè ens incloguin a la seva base de dades (sempre respectant la llei de protecció de dades). També se'ls convidarà a visitar la masia si ho desitgen.

3. Visita guiada per la masia. Aquells que ho desitgin tindran una visita guiada per Campau perquè la puguin conèixer de primera mà i proposar-la als seus clients.

■ Esdeveniment: Festa i exposició d'art

S'organitzarà un esdeveniment a Campau amb col·laboració amb un artista, ja sigui moda, pintura, escultura, etc. El món de l'art reuneix un gran ventall de públics, entre aquests, hi ha una gran representació del col·lectiu homosexual. Col·laborant amb un artista aconseguirem que tant els assistents com la seva audiència a les xarxes socials coneguin Campau. A més a més, no només cridarem l'atenció de públic homosexual, sinó també d'altres i de la premsa.

L'artista no haurà d'assumir cap cost. Campau buscarà un càterring col·laborador que l'interessi fer-se veure al determinat públic de l'artista. Els proveïdors com ara el transport, Dj i fotògraf, aniran a càrrec de Campau i el càterring.

Esdeveniment: Fer una festa i exposició del treball de l'artista a Campau a causa d'un èxit professional o algun motiu de celebració.

Proposta: Aquesta ha sigut parlada i acceptada per l'artista.

Artista: Joel Miñana

Professió: Il·lustrador de moda. Un dels il·lustradors més influents d'Espanya.

Motiu de celebració: Cinquè any com a il·lustrador a la setmana de la moda a París.

Concepte d'exposició: El seu recorregut professional.

Què s'exposarà: Il·lustracions de la seva evolució com artista, on ha treballat, a quins mitjans ha aparegut, les seves llibretes, els seus esbossos i la seva experiència.

Ell contactarà amb dissenyadors de confiança amb els que ha treballat, aquests cedirien fotografies, vídeos i maniquins vestits amb els *looks* que en Joel Miñana ha il·lustrat.

Dissenyadors col·laboradors:

- Celia Vela
- Miriam Ponsa
- Marco & María (vestits núvia)
- Yolan Cris (Alta Costura)
- Alexandre Vauthier
- Stephane Rolland

Junt amb l'artista, es decidiran accions especials a fer durant la celebració. Seguidament, s'exposen propostes:

- **Il·lustració en viu:** en Joel farà una il·lustració sobre la festa a Campau.
- **Anècdotes de París i explicació** de la història de cada il·lustració, moment, coses que li passaven pel cap, etc.
- **Concurs:** fotocòpies d'il·lustracions d'en Joel Miñana amb traç negre, d'aquesta manera els convidats podran acabar de completar el *look* i fer diferents estampats i utilitzar diferents colors. El guanyador, escollit per Campau i en Joel Miñana, s'emportarà un lot amb els retoladors i papers que utilitza l'artista, Tombow i Raima, una botella de vi del celler de Sant Jaume dels Domenys i *merchandising* de Campau, boli, llibreta i llibreta.

Podrem comptar amb la col·laboració de:

- Tombow (retoladors)
- Raima 1986 (paper)



Figura 83: Il·lustració de l'artista Joel Miñana. Instagram @joelminana (2020).

O7: Aconseguir llogar la masia per a turistes durant tot el mes d'agost.

■ Notes de premsa per a premsa especialitzada

La temporada del turisme a Espanya comença a partir de Setmana Santa i la gent comença a mirar les vacances d'estiu. És per això que, a partir del mes de març, Campau estarà atenta en el sector del turisme.

Es farà una nota de premsa que pugui captar l'atenció de la premsa i s'enviarà als mitjans perquè Campau pugui ser mencionada com a destinació rural per a les vacances d'estiu 2021.

S'enviarà a premsa especialitzada, com ara Escapada Rural, però també a mitjans generalistes a les seccions d'oci i cultura.

Què busquem:



Figura 84: Titular. Font: (Escapada Rural, 2019.).

Figura 85: Titular. Font: (La Vanguardia, 2020.).

■ Contingut a les xarxes socials

A partir del mes de març es començarà a comunicar la disponibilitat de Campau al mes d'agost com a estança vacacional.

S'informarà principalment via Instagram *Stories* i algun post al perfil.

■ Millorar anunci airbnb

És important tenir un anunci atractiu i informatiu a l'Airbnb. En aquesta ocasió la masia no es va a visitar, per tant, les fotografies i la descripció han d'explicar-ho tot i transmetre allò que es viu a la masia.

Primer de tot, s'hauran de fer fotografies de la part interior de la casa i millorar les de la part exterior. A continuació s'escriurà un bon copy:

Masía Campau, un campo de viñedos que confunde sus límites con el mar



San Jaime dels Domenys, Catalunya, España

15 huéspedes 7 dormitorios 9 camas 4 baños

Alojamiento entero

Dispondrás de toda la vivienda (casa rural) para ti.

Chimenea interior

Este es uno de los pocos lugares de la zona que cuenta con este servicio.

Anfitrión con experiencia

Roger tiene 37 evaluaciones de otros lugares.

Cancelación gratuita durante 48 horas

Después, cancela hasta 24 horas antes de la fecha de llegada y obtén un reembolso total, menos la tarifa de servicio.

¿Quieres pasar unas vacaciones sin ruta planeada y de relax? Te damos la bienvenida a Campau, una masía señorial rústica del s.XVII ubicada entre Barcelona y Tarragona, a 15 minutos de la playa de Calafell y a no más de 20 de paisajes únicos que te harán pensar que estás en los pirineos. Una ubicación polivalente donde puedes decidir qué hacer ese mismo día mientras te tomas un café en el jardín.

En Campau celebramos eventos y bodas porque es una masía especial y con una arquitectura única, combina su origen rústico con espacios de diseño y renovados. Y nosotros queremos que ahora la disfrutes tú y los tuyos. Campau es genial para familias que quieren pasar tiempo juntos en un espacio amplio y maravilloso, rodeado de olivos, palmeras, viñedos y cipreses.

Figura 86: Anunci Airbnb. Font: Modificació pròpia (Airbnb, s.d.).

9. Calendari

Figura 87: Calendari. Font: Elaboració pròpia.

	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener
1. Pla de marketing i comunicació i bàsics													
Correccions	X	X											
Pla anual final		X	X										
Preparacions bàsiques (bbdd, web, xxss)	X	X	X										
Tancament. Revisió resultats.												X	
Pla de comunicació any 2022												X	X
2. Dates senyalades													
Dia LGTBI							X						
Dia de la dona			X										
Dia de la Terra				X									
Dia dels treballadors					X								
Dia de la nena										X			
Dia del medi ambient						X							
3. Pàgina web													
Actualització imatges (SEO)			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Actualització blog				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4. Accions													
Portals d'espais	X	X		X		X		X		X		X	
Instagram lives			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Concretar convidar Instagram live		X		X		X		X		X		X	
Esdeveniment: 'Boda sin novios'													
Contacte amb professionals per col·laborar		X											
Invitacions		X											
Seguiment d'assistència		X	X	X	X								
Dia de l'esdeveniment			X										
Nota de premsa			X										
Clipping			X	X									
Gala benèfica: Plan internacional													
Proposar projecte a Plan Internacional								X					
Contacte amb càterring per col·laborar								X					
Invitacions									X				
Seguiment d'assistència									X	X	X	X	
Dia de l'esdeveniment										X			
Nota de premsa										X			
Clipping										X	X		
Esdeveniment: Exposició Joel Miñana													
Confirmar a Joel Miñana				X									
Contactar amb càterring per col·laborar				X	X								
Contactar amb col·laboradors material per la expo				X	X								
Invitacions				X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Seguiment d'assistència				X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Dia de l'esdeveniment							X						
Nota de premsa							X						
Clipping						X	X						
Workshop: Team building amb la premsa													
Proposar projecte a expert en team building									X				
Contratació proveïdors									X	X			
Invitacions										X	X	X	
Seguiment d'assistència										X	X	X	
Dia de l'esdeveniment										X			
Nota de premsa										X			
Clipping										X	X		
Shootings per crear contingut		X		X		X		X		X		X	
Shootings col·laboratius			X		X		X		X		X		X
Visites wedding planners, event planners, etc.			X		X		X		X		X		
Potenciar contingut per lloguer turístic			X	X	X	X	X	X	X				

176

177

10. Pressupost

Personal que desenvolupa les accions	Pàgina web	1.500€		
	Servei de <i>community manager</i> i comunicació. 500€/mes	6.000€		
	Servei d'organització d'esdeveniments. 200€ x esdeveniment a organitzar	800€	-----	8.300€
Esdeveniment sense nuvis A dividir amb el càterring	Transport (25 places x 7h) = 310€/2	155€		
	Servei de neteja (15€/h x 7h) = 105€/2	52,5€	-----	207,5€
Gala benèfica A dividir amb el càterring	Transport (60 places x 6h) = 402€/2	201€		
	Servei de neteja (15€/h x 7h) = 105€/2	52,5€		
	Fotògraf (70€/h x 6h) = 420€/2	210€	-----	675€
	Dj (85€/h x 5h) = 425€/2	212,5€		
Experiència team bulding	Transport (25 places x 7h)	310€		
	Servei de neteja (15€/h x 7h)	105€	-----	790€
	Càterring (15€/persona x 25 p.)	375€		
Exposició Joel Miñana A dividir amb el càterring	Transport (60 places x 8h) = 560€/2	280€		
	Dj (85€/h x 7h) = 595€/2	297€		
	Fotògraf (70€/h x 8h) = 560€/2	280€	-----	909,5€
	Servei de neteja (15€/h x 7h) = 105€/2	52,5€		

Pressupost aproximat de:

10.881,5€

11. KPI's

Els KPI'S són mètriques (mesurables i quantificables) que determinen numèricament una variable (per exemple: ingressos, despeses, nombre de visites...) directament relacionada amb els objectius marcats dins de la nostra estratègia o pla de màrqueting anual. (Manuel, s.d.)



O1: Triplicar el nombre de visites mensuals al web.

Mirarem el **tràfic mensual** de la nostra pàgina web i veurem si ha augmentat. D'aquest tràfic podrem observar d'on ha vingut, si és **tràfic orgànic** o de **backlinks** com ara xarxes socials o portals. Això ens servirà, per saber on focalitzar-nos, què hem de potenciar i què no funciona.

O2: Crear un perfil d'empresa a Facebook i obtenir 600 usuaris únics en un any a Instagram.

A partir de les eines que ens proporcionen aquestes xarxes, sabrem si hem aconseguit les visites que ens hem proposat. Mitjançant aquestes mateixes eines podrem saber quin és el contingut que té més èxit i agrada més a través dels likes, comentaris, impressions, *engagement*, etc.

O3: Aconseguir un mínim de tres aparicions a premsa especialitzada (Núvies i revistes sectorials d'empresa).

Estarem contínuament en contacte amb la premsa i realitzarem cerques a Google Notícies de 'Campau' per veure si hi ha aparegut en algun mitjà de comunicació.

O4: De les visites obtingudes a la web i xarxes aconseguir 130 conversions en trucades, e-mails i visites a la masia.

De les noves visites a la web i a les xarxes socials i fent un recompte de les trucades, e-mails i visites que s'han fet, sabrem si hem complert el nostre objectiu.

O5: Doblar les empreses com a clientes.

Farem un recompte de les empreses que hem tingut com a clientes i ho compararem amb l'any anterior. És convenient, preguntar als clients com han arribat a nosaltres per saber quins són els punts de contacte que funcionen millor per aquest públic.

O6: Doblar les parelles homosexuals com a clientes.

Com amb l'objectiu anterior, farem un recompte de les parelles homosexuals i ho compararem amb el nombre del darrer any. És important, revisar i concloure si és útil i necessari tenir una estratègia especial per aquest públic.

O7: Aconseguir llogar la masia per a turistes durant tot el mes d'agost.

Veurem si s'ha complit l'objectiu, les visites que tenim a Airbnb, si no s'assoleix l'objectiu, fer una anàlisi de quines poden ser les causes i perfilar i ampliar l'estratègia i accions.

13. Conclusions

En aquest projecte hem vist com donant-li una volta a una empresa, podem crear-ne una de molt diferent i preparada per ser eficaç i competitiva en el sector.

Aquest TFG ha sigut un repte, ja que, mai havia treballat amb una empresa amb aquests serveis. Durant el grau, treballem companyies que ofereixen productes i serveis més típics que, a primeres, sembla que tinguin més joc. Però amb treball i investigació s'ha pogut tirar endavant.

El procés ha sigut llarg, amb moments de més motivació que d'altres, però sempre amb ganes de seguir. El treball ha sigut l'excusa per endinsar-me en mons que no tenia per la mà i que tenia ganes d'aprendre i conèixer. És per això que m'he anat formant durant el curs d'aquest treball per sentir-me més segura a l'hora de fer aquest projecte.

El TFG no només m'ha aportat coneixements nous del món del marketing i la comunicació, sinó que també he treballat coses bàsiques com la constància, l'organització i la creativitat.

Per últim, realitzar aquest projecte sota les circumstàncies de la COVID-19 ha sigut un repte. En una situació excepcional, sempre és complicat concentrar-se, trobar motivació i canviar els plans, improvisar i canviar el contingut perquè s'adaptés a la nova realitat.

Acabo el grau de Publicitat i Relacions Públiques orgullosa del meu recorregut, el meu aprenentatge i millora i d'aquest treball, on he aplicat tot allò que he après i que més m'agrada.

Carla Campderà Albareda

13. Bibliografia i webgrafia

Bibliografia

Ávalos, C. (2010). La marca: identidad y estrategia. Buenos Aires, Argentina: Icrj Inclusiones.

Centro de Investigaciones Sociológicas (Centre for Sociological Research) (October 2019). «Macrobarómetro de octubre 2019». p. 160. Consultado el 29 de octubre de 2019. The question was “¿Cómo se define Ud. en materia religiosa: católico/a practicante, católico/a no practicante, creyente de otra religión, agnóstico/a, indiferente o no creyente, o ateo/a?”

Díaz, A. (2019). Frecuencia de reunión de los españoles con familia y parientes 2015.

Gràfic Evolució de la Família a Espanya. IPFE. 2018.

INE.(2018). Microdatos de la Estadística de Matrimonios. INE.

Juan Ignacio Martínez Pastor. (2009). Nupcialidad y cambio social en España. Madrid: CIS.

Keller, K. L. (2008). Strategic Brand Management. New Jersey, EEUU: Prentice Hall.

M. Oppezzo, D. L. Schwartz, “Give your ideas some legs: The positive effect of walking on creative thinking”, Journal of experimental psychology. Learning memory and cognition, 2014.

Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Sabrine, D. (2013). The archetypal brand profile. Grafica. 11-21. ISSN: 2014-9298. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/grafica/grafica_a2013v1n1/grafica_a2013v1n1p11.pdf

Slade-Brooking, C. (2016). Creando brand identity: guía para diseñadores. Badalona, España: Pad Parra-món.

Teología y secularización en España. A los cuarenta años de la clausura del Concilio Vaticano II, Instrucción Pastoral de la Conferencia Episcopal, Madrid, 30 de marzo de 2006 [1]

Webgrafia

@socialmood. (s.d). ¿Qué son los Backlinks?. Diccionario marketing digital. 40defiebre. Consultat el 15 de març de 2020. Recuperat de: <https://www.40defiebre.com/que-es/backlinks>

1001 Bodas. (2019). Las tendencias del sector nupcial en España. IFEMA. Consultat el 22 de gener de 2020. Recuperat de: <https://www.ifema.es/1001bodas/noticias/1001bodas-tendencias-nupciales-2019>

40 de fiebre. (s.d.). ¿Qué es el SEO y por qué lo necesito?- 40 de fiebre. Consultat el 14 de maig de 2020. Recuperat de: <https://www.40defiebre.com/guia-seo/que-es-seo-por-que-necesito>

Agencias de comunicación. (s.d.). Las pymes reconocen tener problemas de comunicación internas y externas. Agencias de Comunicación. Consultat el 4 de juny de 2020. Recuperat de: <https://www.agencias-decomunicacion.org/noticias-del-sector/las-pymes-reconocen-tener-problemas-en-comunicacion-inter-na-y-externa.html>

Ajuntament del Montmell. (s.d). Àrea recreativa forestal del Montmell. Consultat el 7 d'abril de 2020. Recuperat de: <http://www.elmontmell.cat/turisme/area-recreativa-forestal-del-montmell>

Alberdi, G. (2020). ¿Cómo será el futuro (post Covid) para el personal de eventos?. Eventoplus. Consultat el 5 de juny de 2020. Recuperat de: [https://www.eventoplus.com/articulos/como-sera-el-futuro-\(post-covid-19\)-para-el-personal-de-eventos/](https://www.eventoplus.com/articulos/como-sera-el-futuro-(post-covid-19)-para-el-personal-de-eventos/)

Cano, A. (2018). ¿Quieres especializarte en el nicho de eventos corporativos y reuniones de empresa?. Escapada Rural. Consultat el 22 de gener de 2020. Recuperat de: <https://www.escapadarural.com/blog/propietarios/quieres-especializarte-en-el-nicho-de-eventos-corporativos-y-reuniones-de-empresa/>

Castillero, O. (S.D). ¿Qué significa el color verde? Su simbología y emociones asociadas. Psicología y mente. Consultat el 8 de maig de 2020. Recuperat de: <https://psicologiaymente.com/psicologia/que-significa-el-color-verde>

Catalunya. (s.d). Espai Natural Protegit del Massís de Bonastre. Catalunya. Consultat el 15 de març de 2020. Recuperat de: <http://www.catalunya.com/espai-natural-protegit-del-massis-de-bonastre-17-17001-573173?language=ca>

Centro de Investigaciones Sociológicas (marzo de 2019). «Barómetro de marzo de 2019, variables socio-demográficas: edad.». Consultado el 4 de diciembre de 2019. Recuperat de: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3240_3259/3242/Cru3242edad.html

Costa, J. (s.d.) La importancia de la comunicación en la empresa familiar. Blog de Joan Costa. Consultat el 17 de febrer de 2020. Recuperat de: <https://joancosta.es/la-importancia-la-comunicacion-la-empresa-familiar/>

Cronoshare. (2020). ¿Cuánto cuesta una boda en España?. Cronoshare. Consultat el 22 de gener de 2020. Recuperat de: <https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/boda-espana>

Díaz, A. (2019). El turismo nacional en España - Datos estadísticos 2018. Satista. Consultat el 25 de febrer de 2020. Recuperat de: https://es.statista.com/temas/3570/el-turismo-nacional-en-espana/#topFacts__wrapper

DirigentesDigital. (2016). La importancia de la comunicación para las pymes. Dirigentes Digital. Consultat el 17 de febrer de 2020. Recuperat de: https://dirigentesdigital.com/hemeroteca/la_importancia_de_la_comunicacion_para_las_pymes-CRDD25026

EFE. (2019). Las peticiones de mano aumentan hasta un 12% en Navidad y solo 7 de cada 10 parejas se casan por amor. 20 minutos. Consultat el 13 de maig de 2020. Recuperat de: <https://www.20minutos.es/noticia/4095212/0/diciembre-mes-preferido-parejas-comprometers-e/>

Eldiario. (2018). Radiografía del matrimonio entre parejas del mismo sexo 13 años después de su aprobación. El Diario. Consultat el 27/11/2019. Recuperat de: https://www.eldiario.es/nidos/graficos-explican_0_807019740.html

El Periódico. (2020). Los eventos serán fundamentales para reactivar el turismo en España tras el covid. El Periódico. Consultat el 5 de juny de 2020. Recuperat de: <https://www.elperiodico.com/es/rutas-por-catalunya-tras-el-coronavirus/20200531/los-eventos-seran-fundamentales-para-reactivar-el-turismo-en-espana-tras-la-covid-7981447>

Estaún, M. (2019). Previsiones y tendencias en Recursos Humanos para 2020. IEBS. Consultat el 23 de gener de 2020. Recuperat de: <https://www.iebschool.com/blog/tendencias-recursos-humanos-reclutamiento-seleccion/>

Grupo Eventoplus. (2019). El mercado de eventos y reuniones crecerá un 2% en 2019. Eventoplus. Consultat el 11 de març de 2020. Recuperat de: <https://www.eventoplus.com/noticias/el-mercado-de-eventos-y-reuniones-crecera-un-2-en-2019/>

Hosteltour. (2019). España, entre los países con mayor gasto en el sector MICE para 2020. Hosteltour. Consultat el 11 de març de 2020. Recuperat de: https://www.hosteltur.com/131721_espana-entre-los-paises-con-mayor-gasto-en-el-sector-mice-para-2020.html

Hosteltour. (2020). ¿Qué pasará con los eventos corporativos post coronavirus? Hosteltour. Consultat el 5 de juny de 2020. Recuperat de: https://www.hosteltur.com/135598_que-pasara-con-los-eventos-corporativos-post-coronavirus.html

INE. (2019). Ficha de conyuntura. Estadísticas Tour Spain. Consultat el 27 de febrer de 2020. Recuperat de: <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/fichadecoyuntura/paginas/default.aspx>

La Vanguardia. (2017). Foix, el privilegio de fusionar naturaleza y patrimonio. La ruta de los pantanos (IX). La Vanguardia. Consultat el 15 de març de 2020. Recuperat de: <https://www.lavanguardia.com/local/vila-franca/20170602/423122399585/pantano-foix-alt-penedes-naturaleza-patrimonio-brl.html>

Lootis. (2017). ¿Por qué contratar un Wedding Planner Gay-Friendly?. Lootis. Consultat el 14 de maig de 2020. Recuperat de: <https://www.loottis.com/contratar-wedding-planer-gay-friendly/>

Lordméndez, P. (2014). Caminar por un área verde nos ayuda a pensar mejor. Nueva Mujer. Consultat el 23 de gener de 2020. Recuperat de: <https://www.nuevamujer.com/bienestar/2014/09/18/caminar-por-un-area-verde-nos-ayuda-a-pensar-mejor.html?year=2014&month=09&page=1&blog=latam&kind=category>

Manuel, J. (s.d.). ¿Qué es un KPI en marketing?. La cultura del marketing. Consultat el 15 de maig de 2020. Recuperat de: <https://laculturadelmarketing.com/que-es-un-kpi-en-marketing/>

Martínez, A. (2020). Tendencias de bodas 2020: lo último para sorprender a tus invitados. Zankyou. Consultat el 4 de juny de 2020. Recuperat de: <https://www.zankyou.es/p/tendencias-de-bodas-2020-lo-ultimo-para-sorprender-a-tus-invitados>

Masiacampau. (s.d). Història. Campau. Consultat el 21 de decembre de 2019. Recuperat de: <http://masiacampau.com/historia-2/>

Mottard, E. (2020). ¿Cómo podrá cambiar el sector de eventos post-Covid?. Eventoplus. Consultat el 5 de juny de 2020. Recuperat de: <https://www.eventoplus.com/articulos/cambiar-el-sector-de-eventos-post-covid/>

Multifrases. (s.d.). Frases sobre la competencia. Gianni Versace. Consultat el 4 de juny de 2020. Recuperat de: <https://www.mundifrases.com/tema/competencia/>

OHR. Las cinco grandes tendencias de Recursos Humanos en 2019. OHR. EL ECONOMISTA. Consultat el 23 de gener de 2020. Recuperat de: <https://www.observatoriorh.com/orh-posts/las-5-grandes-tendencias-de-recursos-humanos-en-2019.html>

Protocolo. (2019). Boda por el rito hindú. Ceremonia. Protocolo, Desarrollo. Protocolo.org. Consultat el 25 de febrer de 2020. Recuperat de: <https://www.protocolo.org/social/bodas/boda-por-el-rito-hindu-ceremonia-protocolo-desarrollo.html>

Protocolo. (2019). Boda por el rito judío. Ceremonia. Protocolo, Desarrollo. Protocolo.org. Consultat el 25 de febrer de 2020. Recuperat de: <https://www.protocolo.org/social/bodas/boda-por-el-rito-judio-ceremonia-protocolo-desarrollo.html>

Protocolo. (2019). Boda por el rito musulmán. Ceremonia. Protocolo, Desarrollo. Protocolo.org. Consultat el 25 de febrer de 2020. Recuperat de: <https://www.protocolo.org/social/bodas/boda-por-el-rito-musulman-ceremonia-protocolo-desarrollo.html>

Protocolo. (2019). Boda por el rito protestante. Ceremonia. Protocolo, Desarrollo. Protocolo.org. Consultat el 25 de febrer de 2020. Recuperat de: <https://www.protocolo.org/social/bodas/boda-por-el-rito-protestante-ceremonia-protocolo-desarrollo.html>

RallyRacc. (s.d). SS 9/SS 12 • El Montmell. RallyRaccConsultat el dos d'abril de 2020. Recuperat de: http://www.rallyracc.com/2019/es/ss_el-montmell.html

Ramírez, M. (2019). 10 tendencias para bodas este 2020. ZankYou. Consultat el 22 de gener de 2020. Recuperat de: <https://www.zankyou.com.co/p/tendencias-para-bodas>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. 'Esencia'. Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. Consultat el 4 de maig de 2020. Recuperat de: <https://dle.rae.es>

Romero, M. (2016). 10 actividades recreativas para empresas. Felicidad en el trabajo. Consultat el 23 de gener de 2020. Recuperat de: <https://www.felicidadeneltrabajo.es/ideas-para-empresarios/actividades-recreativas-para-empresas-top/>

Search Console. (s.d). Acerca de los sitemaps. Soporte de Google. Consultat el 14 de maig de 2020. Recuperat de: <https://support.google.com/webmasters/answer/156184?hl=es>

SEQUIO. (2015). Significado de los colores en un logotipo. SEQUIO. Consultat el 8 de maig de 2020. Recuperat de: <https://www.regalosdeempresasequio.com/blog/significado-de-los-colores-en-un-logotipo/>

Spain.info, (s.d). Idiomas y religión. Portal oficial de turismo de España. Consultat el 3/12/2019. Recuperat de: <https://www.spain.info/es/informacion-practica/consejos-viaje/consejos-practicos/idiomas-religion/#subir>

Statista. Consultat el 27 de novembre del 2019. Recuperat de: <https://es.statista.com/estadisticas/861163/frecuencia-de-reunion-de-los-espanoles-con-familia-y-parientes/>

Summa:blog. (2018). Brand essence, el alma de la marca. Summa: Consultat el 5 de maig de 2020. Recuperat de: <https://summa.es/blog/brand-essence-el-alma-de-la-marca/>

Vámonos de bodorrio. (s.d.). Bodas IGtBI. Vámonos de bodorrio. Consultat el 14 de maig de 2020. Recuperat de: <https://vamonosdebodorrio.com/bodas-igtbi/>

Viajes NG (s.d). Costa Daurada. National Geographic. Consultat el dos d'abril de 2020. Recuperat de: https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/costa-aurada_9512

Referències fotogràfiques

Figura 1: Camille Styles. (s.d). I tried grounding every day for a week and here it's what happened. [Imatge]. Recuperat de: <https://camillestyles.com/wellness/tried-grounding-every-day-week-heres-happened/>

Figura 2: Radostina. (s.d). Weekend links. Weekend links. [Imatge]. Recuperat de: <http://79ideas.org/2015/01/weekend-links.html>

Figura 3: Campau. (s.d). Família Campau. Història. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/historia-2/>

Figura 4: Palau, G. (s.d.) Linkedin Glòria Palau. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.linkedin.com/in/gl%C3%B2ria-palau-matas-48747227/>

Figura 5: Campau. (s.d). Sala Celler. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/espais/sala-celler/>

Figura 6: Campau. (s.d). Pati dels arcs. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/espais/pati-dels-arcs/>

Figura 7: Campau. (s.d). Sala Paller. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/espais/sala-paller/>

Figura 8, 9, 10: Campau. (s.d). Jardí de les oliveres. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/espais/jardi-de-les-oliveres/>

Figura 11: Campau. (s.d). L'Antiga Cuina. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/espais/altres-espais/>

Figura 12: Campau. (s.d). Baluard. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/espais/altres-espais/>

Figura 13: Campau. (s.d). Balaustrada del Pi. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/espais/altres-espais/>

Figura 14: Campau. (s.d). Celler de les Bótes. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/espais/altres-espais/>

Figura 15: Campau. (s.d). Pati dels arcs. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/espais/pati-dels-arcs/>

Figura 16: Palau, G. (s.d). Habitació nuvis. [Imatge]. Barcelona. Via WhatsApp.

Figura 17: Akin, N. (s.d). Planta. [Imatge]. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 18: Campau. (s.d). Logotip. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/>

Figura 19: Campau. (s.d). Barana Campau. [Imatge]. Recuperat de: <http://masiacampau.com/>

Figura 20: Klen, A. (s.d). Wall. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 21: @masiacampau. (s.d). Perfil @masiacampau. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/masiacampau/>

Figura 22: Instagram. (s.d). Cerca a Instagram. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/>

Figura 23: Radostina. (s.d). Weekend links. Weekend links. [Imatge]. Recuperat de: <http://79ideas.org/2015/01/weekend-links.html>

Figura 24: Essential Studio Manager. (s.d). Textures. [Imatge]. Recuperat de: <https://essentialstudiomanager.com/>

Figura 25: Airbnb. (s.d.). Anunci Campau. [Imatge]. Recuperat de: https://www.airbnb.es/rooms/34132914?guests=1&source_impression_id=p3_1558569600_kosB1%2FU7q%2Bc%2B1it&source_impression_id=p3_1590418480_N7ABUV4zJc2i9kiP&adults=1

Figura 26: IPFE. (2018). Evolución de la tasa de nupcialidad. [Gràfic]. IPFE.

Figura 27: INE. (2018). Tasa bruta de nupcialidad. 2016. [Mapa]. INE.

Figura 28: Rahimbux, I. (s.d.). Boda hindú. [Imatge]. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 29: Statista. (2019). Freqüència de reunions familiars a Espanya. [Gràfic]. Statista.

Figura 30: Pen_ash. (s.d.). Brindis. [Imatge]. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 31: Statista. (2019). Nombre de turistes allotjats en allotjaments de turisme rural a Espanya el 2019, per comunitat autònoma. [Gràfic]. Statista.

Figura 32: Hassan, M. (s.d.). Team work. [Imatge]. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 33: Google maps. (2020). Sant Jaume dels Domenys. [Mapa]. Google maps.

Figura 34: Tarragona digital. (2019). Una dona perd el seu marit mentre anaven en bicicleta des del Vendrell fins a Torrelles de Foix. Tarragona Digital. [Imatge]. Recuperat de: <https://tarragonadigital.com/baix-penedes/parella-perduda-bicicleta-baix-penedes-montmell>

Figura 35: Rally Racc. (s.d.). Rally Catalunya, tram Montmell. [Imatge]. Recuperat de: http://www.rallyracc.com/2019/es/ss_el-montmell.html

Figura 36: Mandalawines. (s.d.). Pantà de Foix. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.mandalawines.net/events/bike-wine-panta-de-foix-penedes-wine-trip>

Figura 37: Wikipedia. (s.d). Massís de Bonastre. [Imatge]. Recuperat de: https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mass%C3%ADs_de_Bonastre_-_10.jpg

Figura 38: National Geographic. (s.d.). Castell de Tamarit. [Imatge]. Recuperat de: https://viajes.national-geographic.com.es/a/costa-daurada_9512

Figura 39: Cellers Domenys. (s.d) Fotografia Cellers Domenys: cent anys i molta història. Cellers Domenys. [Imatge]. Recuperat de: <http://www.agroactivitat.cat/cellers-domenys-cent-anys-i-molta-historia/>

Figura 40: Viquipèdia. (s.d.). Fotografia Aqüeducte Romà de Sant Jaume dels Domenys. Viquipèdia. [Imatge]. Recuperat de: https://ca.wikipedia.org/wiki/Aq%C3%BCeducte_rom%C3%A0_de_Sant_Jaume_dels_Domenys

Figura 42: Stock Snap (s.d.). Parella. [Imatge]. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 43: Warfel, K. (s.d.). Parella. [Imatge]. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 45: L'Orangerie. (s.d.). Logotip. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.orangerie.es/es/>

Figura 46: ZankYou. (s.d.). Muntatge a L'Orangerie. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.zankyou.es/f/lorangerie-de-clos-barenys-455>

Figura 47: L'Orangerie. (s.d.). Pàgina web. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.orangerie.es/es/>

Figura 48: @orangerie_closbarenys. (s.d). Perfil @orangerie_closbarenys. [Imatge]. Recuperat de: https://www.instagram.com/orangerie_closbarenys/

Figura 49: Instagram. (s.d). Cerca a Instagram. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/>

Figura 50: Balaguer, S. (s.d). Fotografia llimones. Tumblr. [Imatge]. Recuperat de: <https://silviapatriciabalaguer.tumblr.com/post/159997409494#notes>

Figura 51: Can Martí. (s.d.). Logotip. [Imatge]. Recuperat de: <https://masiacanmarti.com/>

Figura 52: Estudi de llum. (s.d). Església Masia Can Martí. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.estudide-llum.com/boda-masia-can-marti-sandra-robert/> - Fotos Can Martí

Figura 53: Can Martí. (s.d.). Pàgina web. [Imatge]. Recuperat de: <https://masiacanmarti.com/>

Figura 54: @masia_can_marti. (s.d). Perfil @masia_can_marti. [Imatge]. Recuperat de: https://www.instagram.com/masia_can_marti/

Figura 55: Instagram. (s.d). Cerca a Instagram. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/>

Figura 56: Estudi de llum. (s.d). Muntatge Masia Can Martí. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.estudide-llum.com/boda-masia-can-marti-sandra-robert/> - Fotos Can Martí

Figura 57: La Boella. (s.d.). Logotip. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.laboella.com/>

Figura 58: La Boella. (s.d.). Restaurant La Boella. [Imatge]. Recuperat de: <https://estucasa.catalunya.com/hotel-mas-boella-tarragones/> - Restaurante la boella

Figura 59: La Boella. (s.d.). Pàgina web. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.laboella.com/>

Figura 60: @maslaboella. (s.d). Perfil @maslaboella. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/maslaboella/>

Figura 61: Instagram. (s.d). Cerca a Instagram. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/>

Figura 62: Viajes El Corte Inglés. (s.d.). La Boella. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.viajeselcorteingles.es/ficha/hotel/mas-la-boella-46ccjqrm> - Casa la boella

Figura 64: Leone, U. (s.d.). Olivera. [Imatge]. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 65: Photo AC. (s.d.). Olives. [Imatge]. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 66: Ulrich, T. (s.d.). Inspiració mediterrània. [Imatge]. Recuperat de: <https://pixabay.com/es/>

Figura 68: Bodas.net. (s.d.) Campau. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.bodas.net/masias/masia-campau--e1843>

Figura 69: ZankYou. (s.d.) Campau. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.zankyou.es/f/masia-campau-44129>

Figura 70: TodoBoda. (s.d.). Campau. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.todoboda.com/bodas/banquetes/fincas/masia-campau-2893>

Figura 71: Instagram. (s.d.) Proposta feed Campau. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/tfgcarlac/>

Figura 72: Instagram. (s.d.) Best practices. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/tfgcarlac/>

Figura 73: @sabiabrutaflor. (s.d). Fotografia flors. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/sabiabrutaflor/>

Figura 74: @marcossanchez_. (s.d). Muntatge. [Imatge]. Recuperat de: https://www.instagram.com/marcossanchez_/

Figura 75: @marcossanchez_. (s.d). Parella. [Imatge]. Recuperat de: https://www.instagram.com/marcossanchez_/

Figura 76: @sarobacatering. (s.d). Càtering. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/sarobacatering/>

Figura 77: @otaduy. (s.d). Model. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/otaduy/>

Figura 80: Plan Internacional. (s.d.). Logotip. [Imatge]. Recuperat de: <https://plan-international.es/>

Figura 81: EventoPlus. (2017). Rural meeting lanza una plataforma online para reuniones en entornos rurales. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.eventoplus.com/noticias/rural-meeting-lanza-una-plataforma-online-para-reuniones-en-entornos-rurales/>

Figura 82: Rural Meeting. (2017). Rural meeting como tendencia para eventos. [Imatge]. Recuperat de: <https://blog.ruralmeeting.com/rural-meeting-como-tendencia-para-eventos/>

Figura 83: @joelminana. (2020). Il·lustració. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.instagram.com/joelminana/>

Figura 84: La Vanguardia. (2020). Vacaciones para la temporada primavera-verano. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20190415/461656363240/escapadas-rurales-primavera-verano.html>

Figura 85: Escapada Rural. (2019). 8 masías con mucho encanto. [Imatge]. Recuperat de: <https://www.escapadarural.com/blog/masias-con-mucho-encanto/>

Figura 86: Airbnb. (s.d.). Anunci Campau. [Imatge]. Recuperat de: https://www.airbnb.es/rooms/34132914?guests=1&adults=1&alternate_dates_exclusion=true&source_impression_id=p3_1558569600_kosB1%2FUb7q%2Bc%2B1it&source_impression_id=p3_1590418480_N7ABUV4zJc2i9kiP&adults=1

ANNEX



Aquí trobaràs tota la informació extra que s'ha trobat durant l'anàlisi (escrits i gràfics), les entrevistes realitzades per poder conèixer el públic actual de Campau i el *consumer journey* i, per últim, els esbossos realitzats per fer el *rebranding* de la marca.

Llista d'annexos

Annex A: Descripció pàgina web Campau	2
Annex B: SEO pàgina web Campau	3
Annex C: Entorn demogràfic	9
Annex D: Entorn sociocultural	12
Annex E: Cultura empresarial.....	21
Annex F: Entrevistes a parelles i wedding planners per definir el públic actual i el consumer journey.....	23
Annex G: SEO de la competència.....	94
Annex H: Dades per establir els objectius.....	103
Annex I: Esbossos i pluja d'idees	104

Annex A: Descripció pàgina web Campau

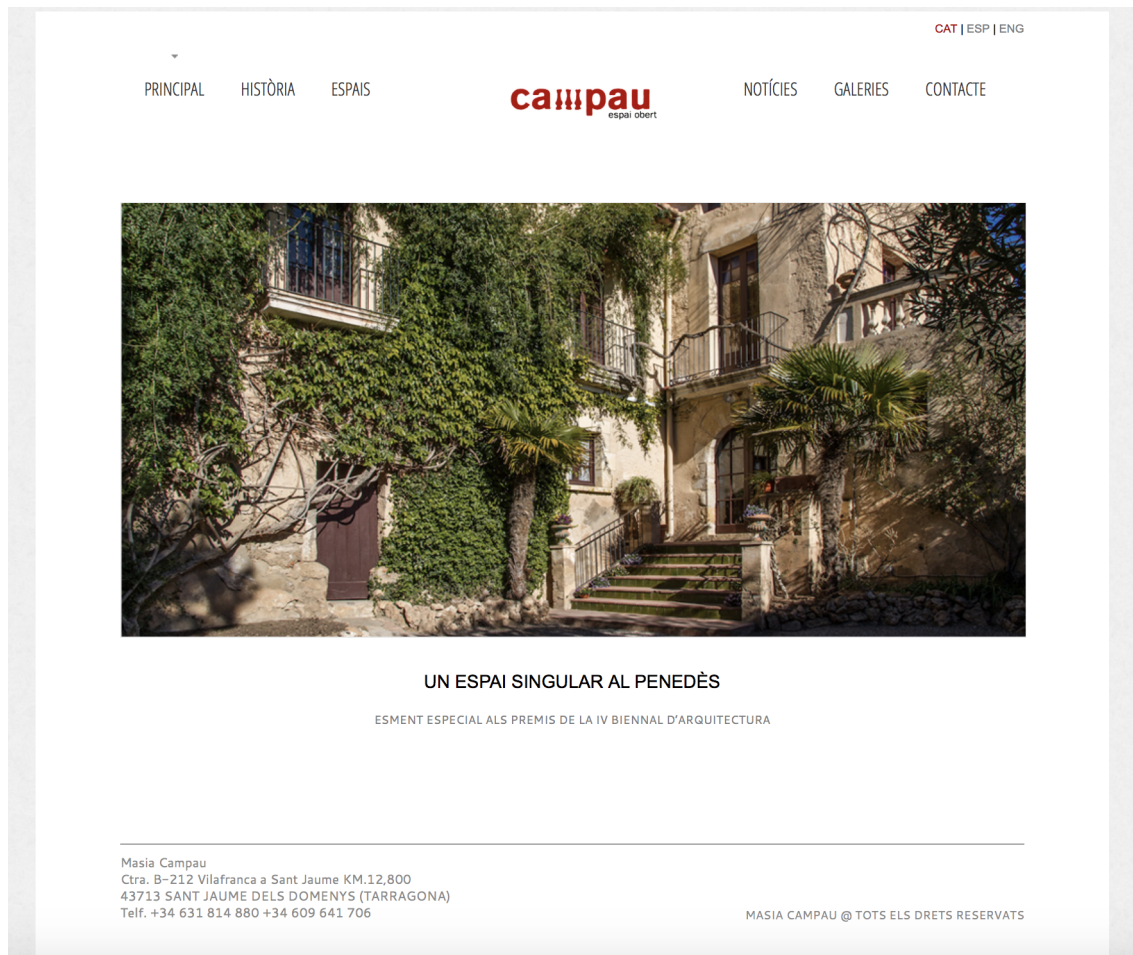


Figura 1: pàgina principal web Campau. (masiacampau.com, 2020).

La pàgina web de Campau és senzilla, amb una estètica simple i és fàcil de navegar per ella.

A l'inici, veiem fotografies de la masia amb un breu *copy* "Un espai singular al Penedès" i "Esmert especial als premis de la IV biennial d'arquitectura".

Els **continguts** de la pàgina, situats al capçal, són:

- **Història:** pàgina on s'explica breument els tres-cents anys d'història de Campau.
- **Espais:** té un desplegable on surten els diferents espais de la masia, en cada un d'ells, trobem imatges i una petita explicació.
- **Notícies:** Encara que la pàgina té aquest apartat, no s'utilitza i no té una composició clara.
- **Galeries:** es poden veure les fotografies de cada espai.
- **Contacte**

El **peu de pàgina**, és molt simple i poc interactiu, ja que no proporciona *links* a xarxes socials o altres parts de la pàgina web.

Annex B: SEO pàgina web Campau

L'activitat orgànica més regular de la pàgina web comença el març del 2016. Tendeix una mica a la baixa a partir del desembre de 2016 per **tornar a pujar a les temporades de bon temps (primavera/estiu)**.

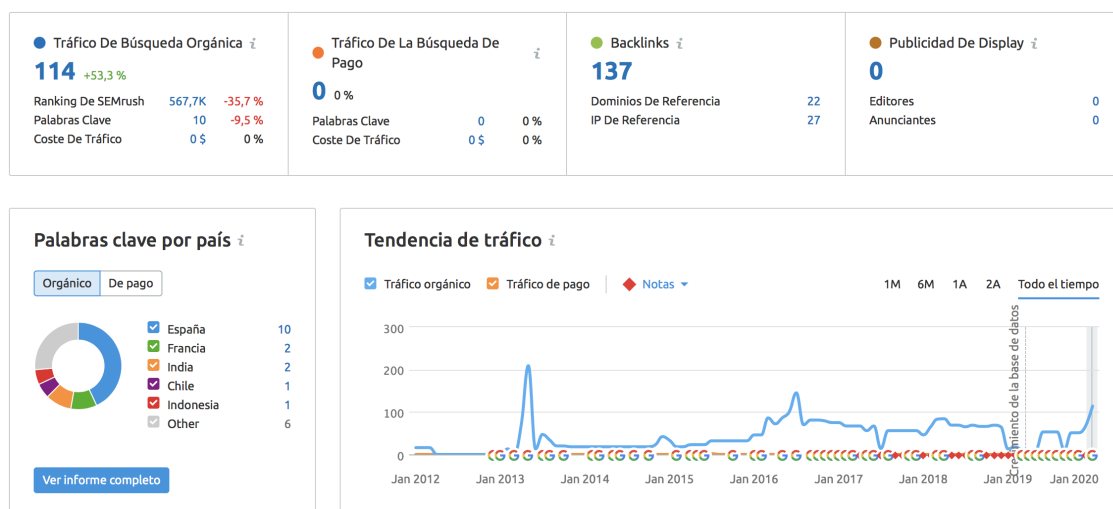


Figura 2: Anàlisi SEO pàgina web Campau. (Semrush, 2020).

La paraula clau que porta més tràfic és “masia campau”. Per tant, la pàgina web té principalment tràfic directe. També, podem observar que la segona paraula

utilitzada en els cercadors per trobar la pàgina és “can pau”. Això ens indica que els usuaris confonen el nom de la masia.

A pesar que el seu tràfic és completament directe, **només un 20% de les vegades posicionen en el lloc 1, 2 o 3 del cercador.**

Investigación orgánica  ES

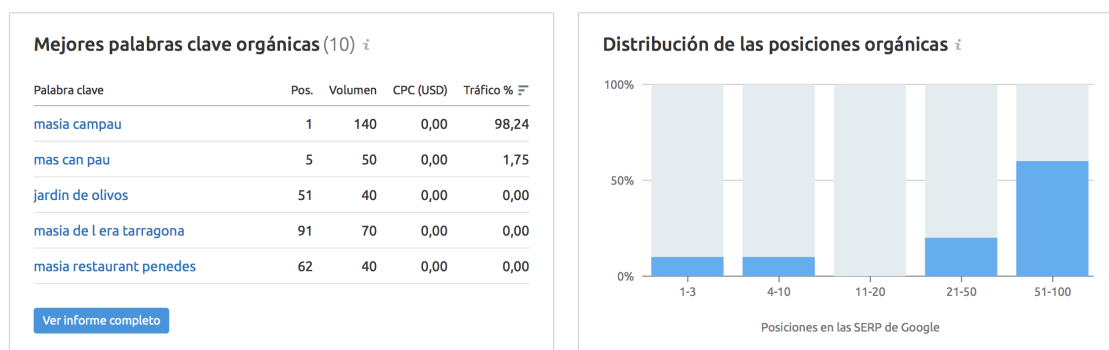


Figura 3: Anàlisi paraules clau pàgina web Campau. (Semrush, 2020).

En els següents *screenshots* podem veure que la informació del gràfic d'amunt (Distribució de les posicions orgàniques), reflecteix la realitat quan fem la cerca de “Campau” o bé, “Can Pau”, sense estar loguejat i fent servir un proxy.

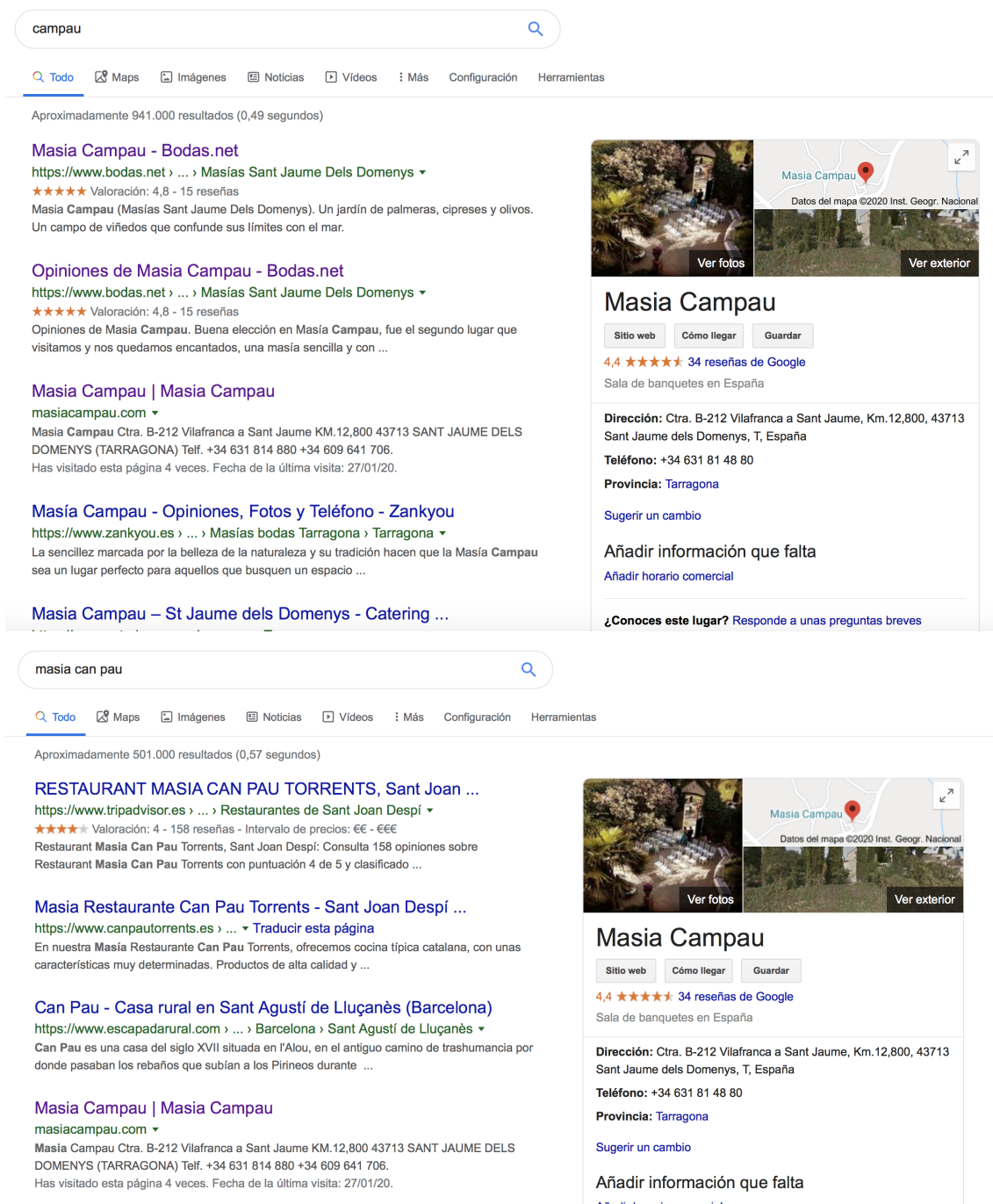


Figura 4: Cercador de Google amb la paraula Campau. (Google, 2020).

Com que les paraules orgàniques utilitzades per Campau són el nom de la masia, els seus competidors orgànics són aquells que tenen un nom similar “Can Pau” o bé, pàgines que han utilitzat el seu nom, com per exemple fotògrafs de les bodes celebrades a Campau.

Principales competidores orgánicos (33) ⁱ			
Competidor	Nivel de comp.	Palabras cla...	Palabras clave ...
canpauemasvila.com		1	1
canpauellabia.com		1	15
fotografobodasbarcelo...		1	134
nouenfoc.com		1	142
restaurantcanpau.com		1	80

[Ver informe completo](#)

Figura 5: Principals competidors orgànics de la pàgina web de Campau. (Semrush, 2020).

Competència *not branded keywords*: les següents keywords són les que tenen un volum de cerques més elevat i són les que s'utilitzaran a l'estratègia SEO. Com es pot veure l'anàlisi de Semrush de la paraula clau "bodas en tarragona", en els deu primers resultats surten dues pàgines definides com la competència directa de Campau.

"Espacios para eventos":



Figura 6: Anàlisi paraula clau "espacios para eventos". (Semrush, 2020).

“Bodas Tarragona”:

Visión general: bodas tarragona

Database: España | Dispositivo: Escritorio | Date: Mar. 14, 2020 | Moneda: USD

PDF

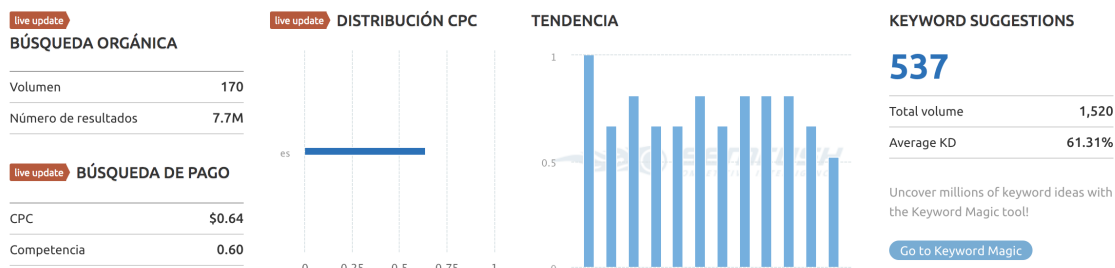


Figura 7: Anàlisi paraula clau “bodas tarragona”. (Semrush, 2020).

live update RESULTADOS DE BÚSQUEDA ORGÁNICA

1-20 21-40 41-60 61-80 81-100

- <https://www.bodas.net/bodas/banquetes/masias/tarragona>
bodas.net
- <https://www.bodas.net/bodas/banquetes/fincas/tarragona>
bodas.net
- <https://www.zankyou.es/lugares-celebracion-boda/tarragona>
zankyou.es
- <https://www.zankyou.es/p/las-mejores-masias-para-celebrar-tu-boda-en-tarragona>
zankyou.es
- <http://www.laboella.com/bodas-y-celebraciones-en-tarragona/>
laboella.com
- <https://www.todoboda.com/bodas/banquetes/tarragona>
todoboda.com
- <https://www.todoboda.com/blog/banquetes/restaurantes-catering-fincas-hoteles/1923-masias-en-tarragona-seleccion-las-5-mejores>
todoboda.com
- <https://www.venuesplace.com/es/boda/provincia-de-tarragona>
venuesplace.com
- <https://masiacanmarti.com/>
masiacanmarti.com
- <https://www.castillotamarit.com/>
castillotamarit.com

Figura 8: Resultats de cerca orgànica de “bodas tarragona”. (Semrush, 2020).

“Bodas Cataluña”:

Visión general: bodas cataluña

Database: España | Dispositivo: Escritorio | Date: Mar. 14, 2020 | Moneda: USD

live update

BÚSQUEDA ORGÁNICA

Volumen	210
Número de resultados	4.3M

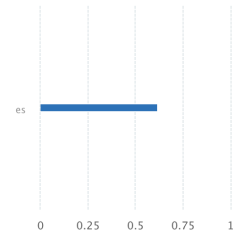
live update

BÚSQUEDA DE PAGO

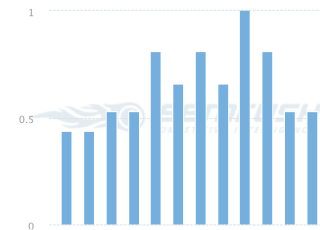
CPC	\$0.62
Competencia	0.22

live update

DISTRIBUCIÓN CPC



TENDENCIA



KEYWORD SUGGESTIONS

300

Total volume	500
Average KD	65.79%

Uncover millions of keyword ideas with the Keyword Magic tool!

[Go to Keyword Magic](#)

Figura 9: Anàlisi paraula clau “bodas cataluña”. (Semrush, 2020).

“Bodas Barcelona”:

Visión general: bodas barcelona

Database: España | Dispositivo: Escritorio | Date: Mar. 14, 2020 | Moneda: USD

live update

BÚSQUEDA ORGÁNICA

Volumen	720
Número de resultados	138M

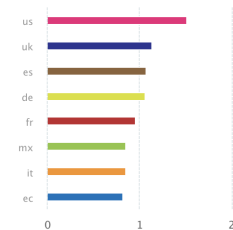
live update

BÚSQUEDA DE PAGO

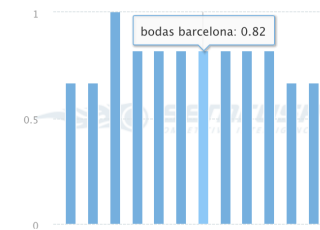
CPC	\$1.07
Competencia	0.39

live update

DISTRIBUCIÓN CPC



TENDENCIA



KEYWORD SUGGESTIONS

4,863

Total volume	18,550
Average KD	62.19%

Uncover millions of keyword ideas with the Keyword Magic tool!

[Go to Keyword Magic](#)

Figura 10: Anàlisi paraula clau “bodas barcelona”. (Semrush, 2020).

Veiem que hi ha backlinks de qualitat en un fòrum de bodes, encara que també en trobem uns links *spam* procedents de Dinamarca.

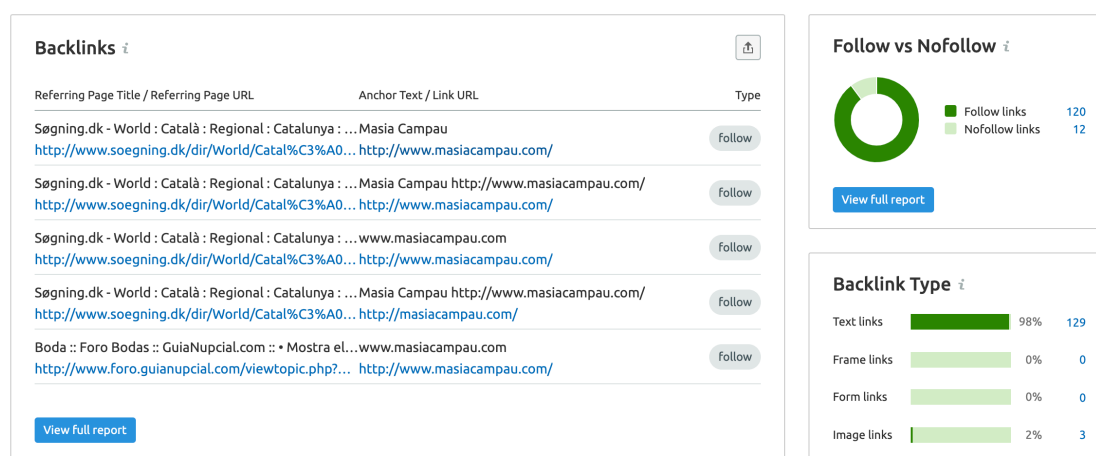


Figura 11: Anàlisi backlinks pàgina web Campau. (Semrush, 2020).

Annex C: Entorn demogràfic

Residentes nacidos en el extranjero por grandes regiones

A 1 de enero de 2017

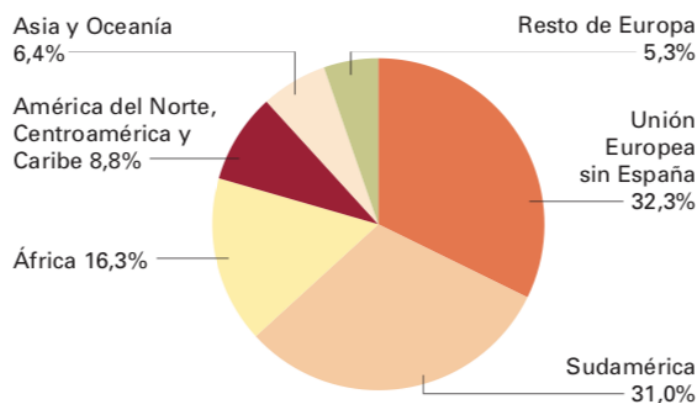


Figura 12: Gràfic Residents nascuts a l'estranger per grans regions. España en cifras 2018. INE 2018.

La població espanyola ha tingut un descens de 350.000 persones des del 2010 coincidint amb la crisi econòmica. Ha passat de ser més de 47 milions de persones l'any 2010 a 46,6 milions el 2017, el que ha suposat un descens de 350.000 persones. (IPFE, 2018)

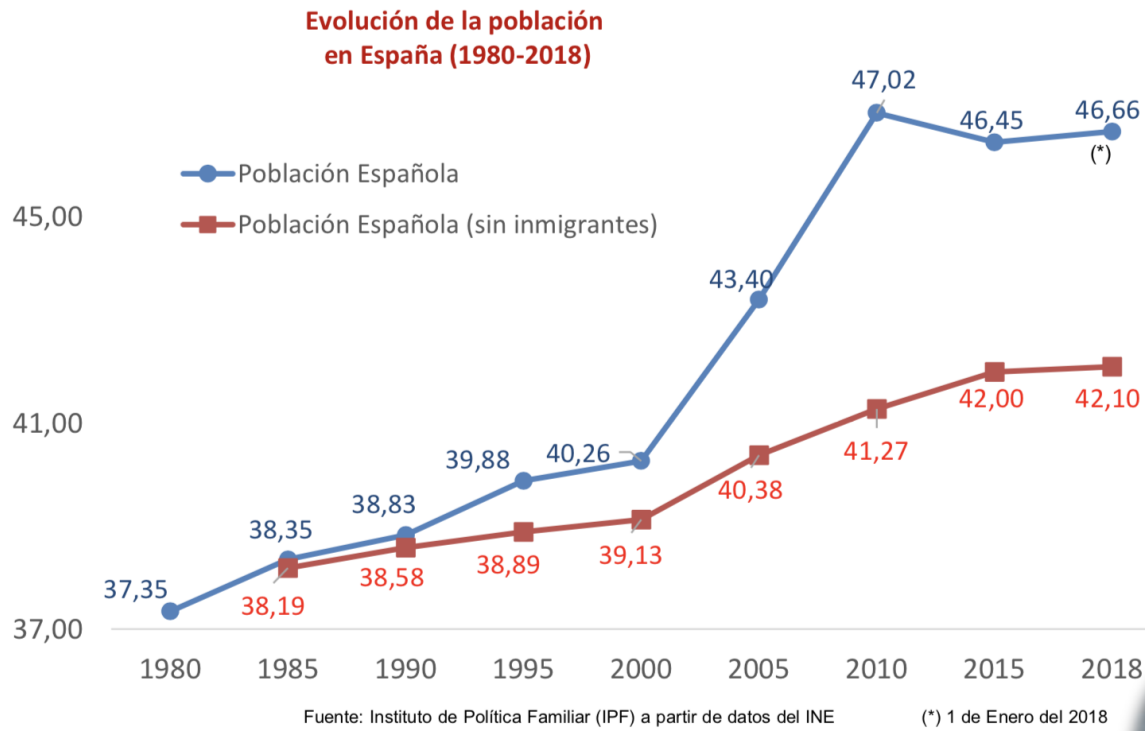


Figura 13: Gràfic Evolució de la població a Espanya. Evolució de la Família a Espanya. IPFE. 2018.

NUPCIALITAT

El nombre de parelles de fet s'ha triplicat des del 2001. Han passat de 563.785 parelles de fet (2001) a 1.648.100 (2017).

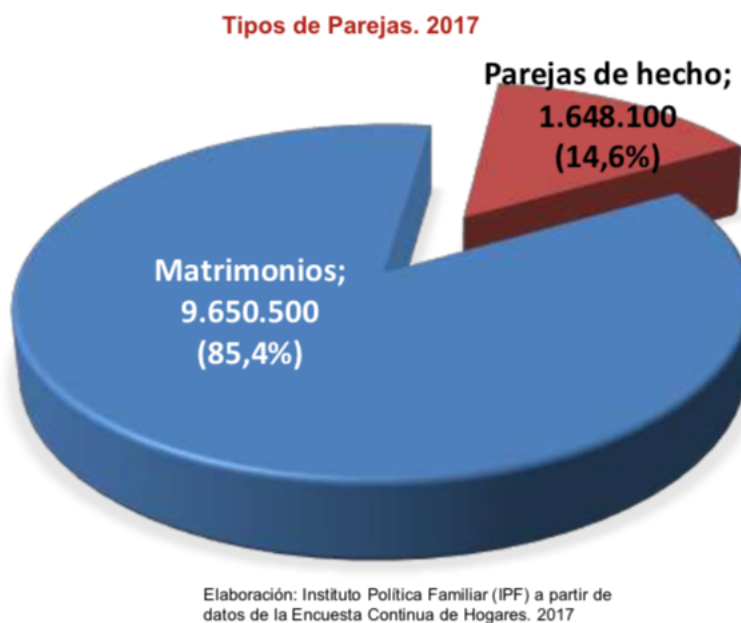


Figura 14. Gràfic tipus de parelles. Evolució de la Família a Espanya. IPFE. 2018.

Evolució del nombre de matrimonis homosexuals per any segons el sexe.

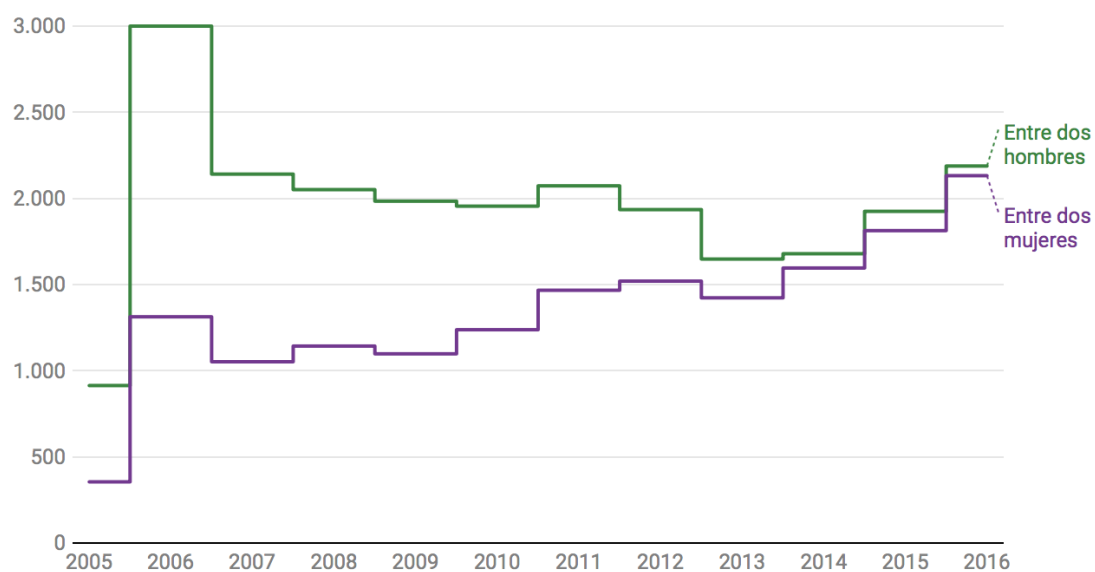


Figura 15: Evolució del número de matrimonis homosexuals per any segons sexe. INE, 2016.

Proporció de matrimonis celebrats entre persones del mateix sexe.

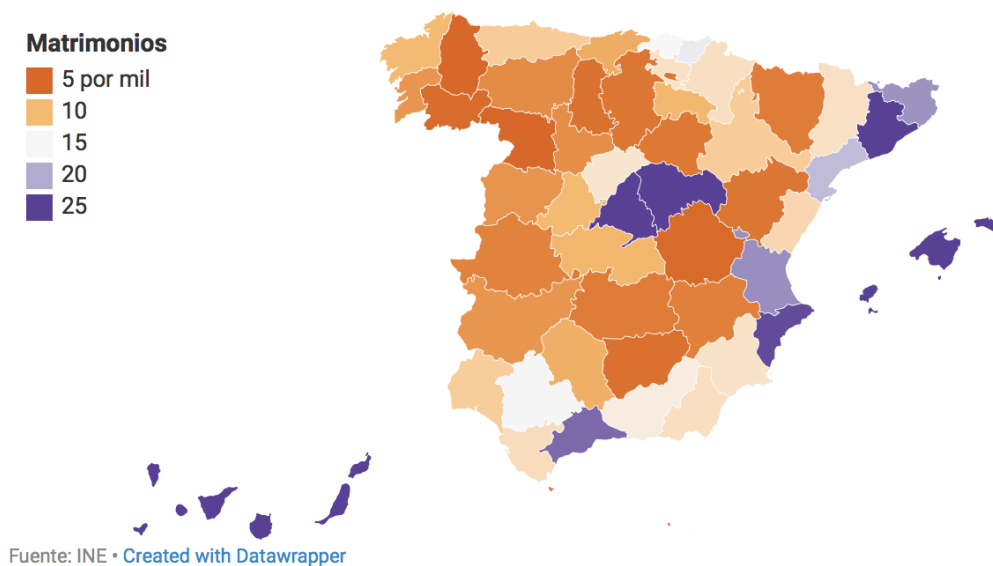


Figura 16: Proporció de matrimonis celebrats entre persones del mateix sexe_INE, 2016.

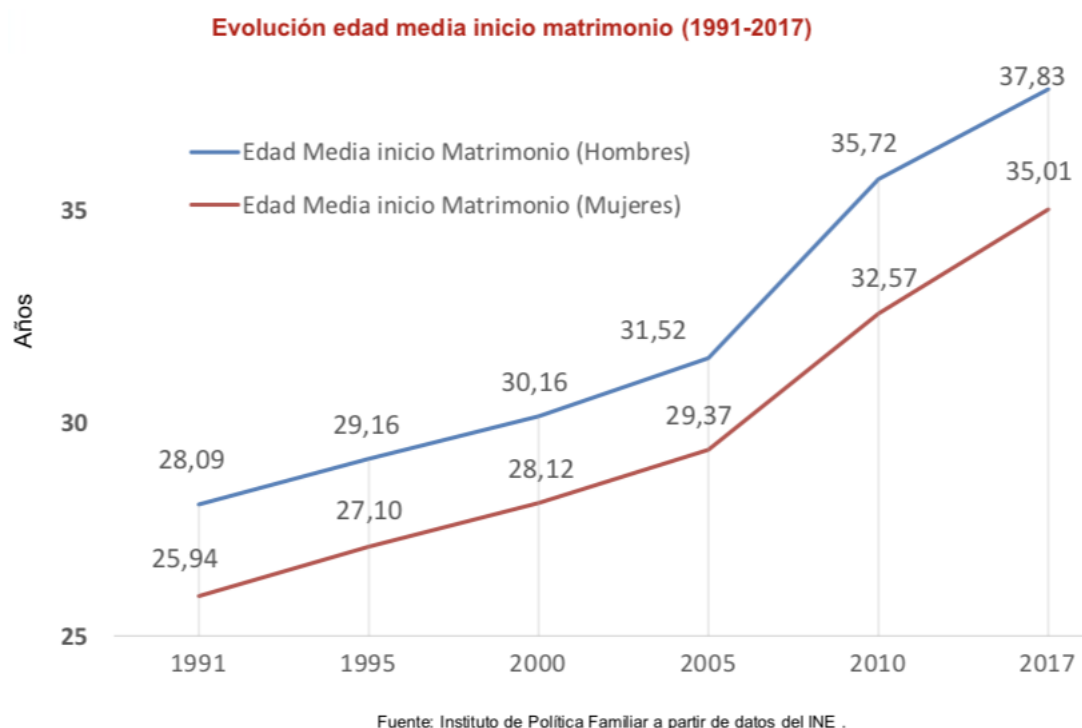


Figura 17: Edat mitjana inici matrimoni. Evolució de la Família a Espanya. IPFE. 2018.

Annex D: Entorn sociocultural

Religió

La població espanyola és actualment poc practicant en el seu conjunt, segons un estudi del CIS (2019), el 61,9% de qui s'autodefineix com creient d'alguna religió diuen no anar "quasi mai" a esdeveniments religiosos no relacionats amb esdeveniments socials i el 16% diu anar diverses vegades a l'any. L'11,5% diu acudir a esdeveniments religiosos gairebé tots els diumenges i dies festius i a penes un 2% diu que va diverses vegades per setmana.

Distribució percentual de la societat espanyola el setembre de 2019, segon les seves creences religioses.

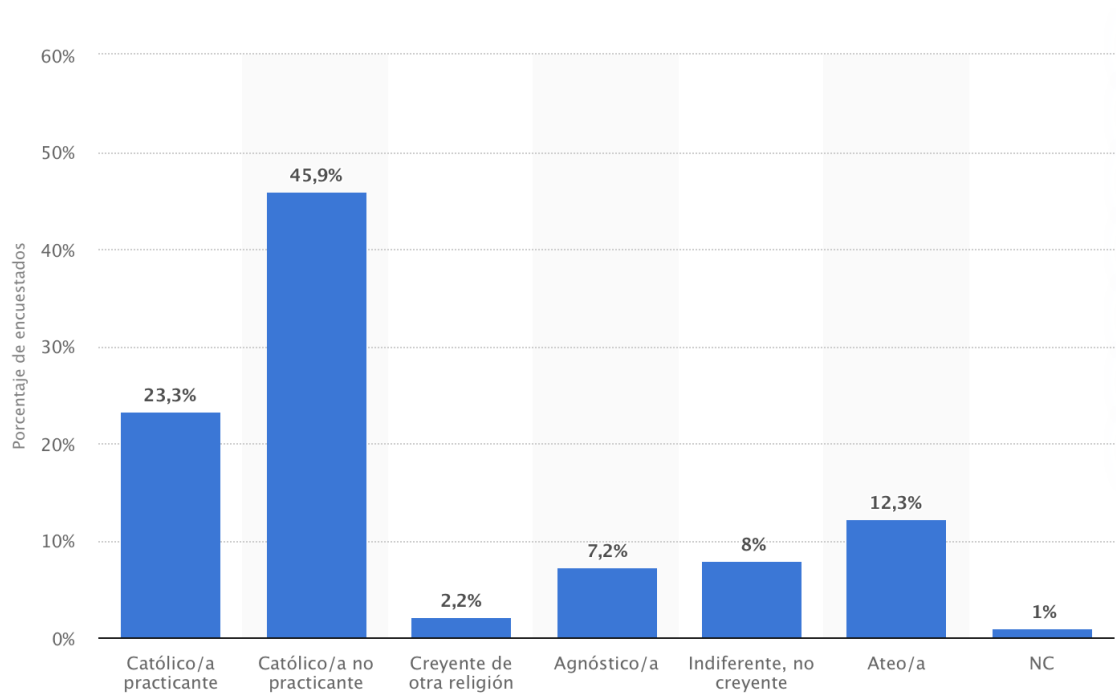


Figura 18: Distribució de la població per creences religioses 2019. Statista. (2019).

Bodes

L'any 2018 la xifra ascendeix a 163.439 noces de les quals un 23,2% corresponen a noces celebrades per l'Església (37.859). La tendència en els últims anys d'enllaços civils ha anat a l'alça. En 2008 existia el mateix nombre de noces civils que religioses, mentre que deu anys després, **les noces civils corresponen gairebé al 80% (122.472 enllaços civils)** de la quota de parelles que decideixen donar-se el sí que vull. (IFEMA, 2019).

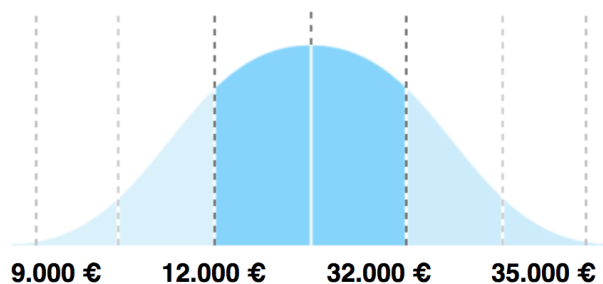


Figura 19: Mitjana cost boda a Espanya. Cronoshare. (2020)

El lloc on se celebra el banquet és crucial a l'hora de determinar el cost de les noces. Se sol destinar 100-130 euros per persona, depenent de si aquest preu inclou o no el cost de la barra lliure i el lloguer de l'espai.

Segons l'anàlisi realitzada per l'equip de 1001 noces a diferents expositors d'aquesta fira, es pot establir un preu mitjà de 3.043 € per als vestits de núvia (una mitjana entre vestits fets a mida o prêt-à-porter) i per a nuvis, els vestits ronden els 783 € i els jaqués, 850 €.

Un casament típic a Espanya compta amb uns 130 convidats de mitjana. En els últims anys s'ha ajustat aquesta xifra i s'ha apropiat als països europeus, que tenen xifres similars. (Cronoshare, 2020).

En escollir el viatge de lluna de mel, les destinacions internacionals són més cares que les nacionals. Un 16% de les parelles es decanten per destinacions nacionals. (Cronoshare, 2020).

Com s'ha vist anteriorment, la religió musulmana, protestant, jueva i hindú juguen un paper important en el territori espanyol. Per aquest motiu, és important investigar com són les bodes d'aquestes religions, per així saber si es poden celebrar a Campau. La següent informació està extreta de protocolo.org (2019).

Bodes protestants: en general, són iguals a les bodes cristianes.

Bodes musulmanes

La boda musulmana se celebra en una **mesquita**, davant del responsable religiós de la mateixa o “Imà” -guia, cap o model espiritual religiós, i a vegades també polític, en una societat musulmana.

Com a la religió catòlica, la tradició indica que tots els preparatius de la núvia no han de ser vistos pel nuvi abans de la cerimònia del matrimoni perquè porta mala sort. Tampoc pot visitar les seves estances.

Aquesta religió permet als homes casar-se amb cristianes i jueves perquè representen a pobles que tenen un llibre revelat. Però les dones no poden casar-se amb algú que no sigui àrab, ja que són els homes qui han de mantenir les tradicions, i això podria suposar trencar la continuïtat d'aquestes.

El contracte matrimonial ha de ser certificat pel nuvi i el seu tutor "Wali". En l'acte oficial del matrimoni, en el qual es llegeix escriptures religioses (com en la majoria de cerimònies), el tutor "Wali" també pronuncia unes paraules.

Igual que en altres religions, totes les disposicions i lleis (incloses les del matrimoni) es troben recollides en el seu llibre sagrat, l'Alcorà.

Encara que, com hem dit anteriorment, es permet tenir més d'una esposa, actualment la pràctica més comuna és tenir una sola. El mateix ocorre amb la "negociació" del matrimoni. Encara que era costum "negociar-ho" entre dos homes, el nuvi, i algun parent masculí pròxim a la núvia -pare o germans-, avui dia no se segueix tant aquesta pràctica. El que sí que està encara vigent és el tema del dot. Ha de ser una aportació prou "generosa" o gran, en diners, joies i altres coses materials, per a garantir l'estabilitat econòmica futura de la família. Segons l'Alcorà cal dotar a l'esposa amb una cosa material, com a seguretat, ja que si demà ella s'ha de separar del seu espòs, compta amb alguna cosa per a viure.

Els nuvis es presenten amb tres testimonis davant el "sheikh", un tipus de magistrat islàmic, per a realitzar el contracte matrimonial. Sota les lleis islàmiques en aquest moment la parella està unida legalment i espiritualment, encara que no s'hagi celebrat la cerimònia de les noces.

Els festejos per tal esdeveniment -que **solen durar de tres dies a una setmana**-, solen ser a casa d'algun dels contraents, o com ocorre en altres religions, **es permet que siguin en un local públic (hotel, restaurant, etc.)**. La primera nit, és un festeig sol per a les dones i la núvia es vesteix en un vestit de cerimonial anomenat "caftan" i les seves mans i peus es marquen amb henna.

A partir de la segona nit, es comença amb el banquet de noces -segons resa la tradició, un per al nuvi i un altre per a la núvia- i es convida a familiars i amics. En totes les celebracions es compta amb tota la rica tradició musulmana i el seu bell folklore.

Els nuvis ocupen el lloc d'honor del banquet, i ella llueix un vestit blanc, signe de puresa i castedat. Després de fer acte de presència, la parella es retira per a "consumar" el matrimoni.

Bodes jueves

La religió jueva és una de les religions més antigues, i posa molt èmfasi en l'existència d'un sol déu, bo i just. En aquesta religió, l'home basa els seus actes en la submissió a la voluntat divina, i el matrimoni és per a ells, un ideal i un deure.

Encara que en l'actualitat ja no és així, antany l'elecció de la respectiva parella no era feta per l'individu en qüestió -nuvi o núvia- sinó per la família, generalment, pels pares o avis, els qui triaven el futur cònjuge del seu fill o filla, això sí, sempre entre jueus, dins de la comunitat jueva.

L'elecció de la parella per part dels pares, té un reflex en el significat de les paraules nuvi "jatan" o núvia "kalá", el significat inicial de la qual eren el de "gendre" i "nora", respectivament. El mateix ocorre amb el terme matrimoni "lehijatén", que significa: 'unió de dues famílies pel matrimoni d'algun dels seus membres'.

Els nuvis entren a l'església acompanyats dels seus pares, dels padrins i de la resta de la família. Segons resa la tradició, les famílies es col·loquen sota la "chuppah", un tipus d'arc que representa la casa on la parella habitava en temps antics.

La cerimònia, que se celebra en una Sinagoga, encara que també es pot celebrar fora d'ella, sempre que s'efectuï el ritual sota un pal·li -espècie de dosser col·locat sobre quatre o més vares llargues, sota el qual es du a terme el Santíssim Sagrament.

El rabí -mestre hebreu que interpreta els textos sagrats- oficiant, pronuncia a la parella set benediccions, "sheva berajot", beneeix una copa de vi, del després beuen els nuvis i el rabí.

Seguidament, el nuvi col·loca l'anell a la núvia, mentre diu unes paraules, en senyal de la presa com a esposa de la núvia. Recíprocament, la núvia col·loca l'anell al nuvi, com a símbol d'unió. El consentiment d'aquest intercanvi dels anells, expressa el desig mutu de formar una nova llar i prendre's en matrimoni.

Com si es tractés d'un contracte, se signa i es llegeix en públic un document matrimonial, la "ketubá" o "ketuvá", on consten les obligacions que l'home pren sobre si com a espòs, i la indemnització que haurà de pagar a la dona en el cas que alguna vegada vulgui divorciar-se d'ella. També signen, al peu de la "ketuvá", dos testimonis de la cerimònia.

Els nous esposos, coberts sota un mateix mantell, escolten les oracions finals, i el nuvi trenca, amb una trepitjada, un got col·locat als seus peus. Aquest instant de pena per la destrucció del got, està destinat a evocar que, encara enmig dels moments feliços i de l'alegria del casament, tenim el record de la destrucció del Temple de Jerusalem fa gairebé dos mil anys.

Durant tota la cerimònia, els homes han de conservar el cap cobert. Les noces poden ser celebrades en l'idioma natiu dels nuvis o en hebreu. Les noces no es poden

celebrar el "sàbat" (des de la posta de sol del divendres fins a la posta de sol del dissabte), els dies de festa religiosa, en la pasqua hebrea, ni durant les tres setmanes posteriors a l'estiu.

Una vegada finalitzada la cerimònia, tenen lloc els festejos pel casament. Com a tradició, es procedeix abans de començar el banquet, a la benedicció "challah", consistent a beneir una fogassa de pa, com a símbol de la unió de les dues famílies. En èpoques passades, i depenent del poder econòmic de les famílies, els festejos pel casament es prolongaven durant diversos dies (la tradició diu que set dies).

Requisits bàsics per una boda jueva:

1. Tots dos han de ser de religió jueva per naixement. Determinades congregacions admeten, la conversió a aquesta religió del nuvi o la núvia.
2. L'aspirant necessita ser "avalat" per alguna comunitat jueva, com a símbol de garantia.
3. Anàlisi de sang de tots dos, per a veure les seves compatibilitats.
4. Les partides de naixement dels dos.
5. L'home ha d'haver fet el Bar Mitzvá, que es realitza quan el nen compleix tretze anys i implica l'entrada de l'individu a la comunitat jueva.

Bodes hindús

Basat en una sèrie de pràctiques socials-religioses i creences que es remunten fins a l'any 2000 aC., el ritu de les noces és una unió que representa la "c" (confiança sagrada). Sempre estan presents dos dels pilars fonamentals de l'hinduisme: la reencarnació i l'universalisme.

Tota la cerimònia gira entorn del "Brahman", la gran autoritat religiosa (aquesta religió tradicional de l'Índia, creu en l'absolut poder del déu Brahman); aquesta cerimònia està plena de símbols i pràctiques que tenen per propòsit ensenyar a la parella lliçons per a la seva futura vida en comú.

Rituals bàsics de la cerimònia:

1. El ritual “homa” d’ofrena al foc.

2. El “panigrahena”, que indica el vincle d’unió dels nuvis.
3. El ritual “satapadi”, que consisteix en la consecució de set voltes que han de donar els nuvis al voltant del foc sagrat. En completar aquestes set voltes, s'acostuma al cant de mantres i llegir alguns textos sagrats, per a invocar les benediccions a la unió de la parella.

La gran riquesa cerimonial d'aquest ritual de noces, es veu complementat per una riquesa i colorit del vestuari dels nuvis. La núvia sol vestir de vermell, amb múltiples adorns i brodats en fil d'or i vestida de joies i granadures. El nuvi vesteix, a l'igual un vestuari de festa, en cotó amb brodats.

En trobar-se els nuvis, s'intercanvien una corona de flors, es llegeixen uns passatges sagrats, i generalment, s'intercanvien una sèrie d'amulets. El nuvi, com a mostra d'acceptació de la núvia, lliga un collaret de flors, al voltant del coll de la núvia, com a símbol de fidelitat i de felicitat. El nuvi, per a indicar el nou estat de la núvia, ruixa el seu pèl amb una pols de color vermell, la qual cosa indica que aquesta dona ja està casada. Una vegada casats, els nuvis, reben la "pluja" d'arròs com a símbol de prosperitat.

Objectius fonamentals del ritual matrimonial Hindú:

1. “Dharma”, comptar amb la presència d’una altra persona per al compliment dels seus deures religiosos.

2. “Praja”, la finalitat de la qual és tenir descendència.
3. “Krama”, tenir una parella per obtenir el plaer sexual.

Aquesta religió al principi no prohibeix el matrimoni entre persones de religions diferents, ja que com no és una religió dogmàtica, reconeix com a veritables a la resta de les religions, encara que no comparteixi amb elles la seva doctrina.

Turisme

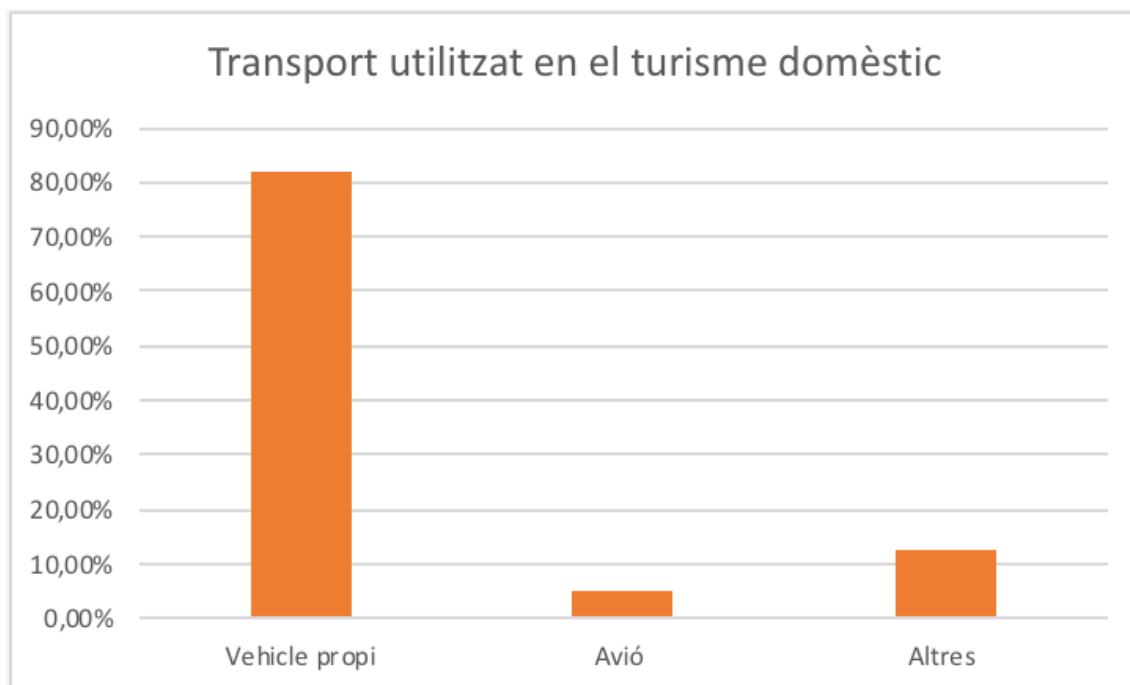


Figura 20: Gràfic de creació pròpia, dades recuperades de Statista (2018).

Annex E: Cultura empresarial

Segons IEBS School (2019), l'àrea de RRHH preveu noves tendències empresarials en aquest departament.

En primer lloc la gamificació, és una àrea de plans formatius i de comunicació interna de manera motivadora i senzilla. Aquest any, la gamificació serà clau en l'estratègia empresarial contribuint a l'èxit de processos de selecció, *onboarding* i formació.

[...] En conclusió, com diu l'Observatori de RRHH (2019), les empreses comencen a adaptar una estratègia **People-first**, els empleats adquireixen un **gran protagonisme**. Les iniciatives cada vegada més imaginatives per al benestar, que se situen clarament com a prioritat estratègica. **Un 82% de les companyies Top Employers a escala mundial compta amb pràctiques de gestió de l'estrès**, un 79% amb iniciatives de gestió del temps i un 71% amb programes de dieta saludable. Aquests percentatges creixeran durant l'any vinent.

A més, s'intensificaran les pràctiques de flexibilitat, amb espais de treball versàtils en les oficines, el teletreball i el retorn de les instal·lacions a localitzacions més centríques, canvi que ja s'està començant a detectar entre les companyies certificades com *Top Employers*. (ORH, 2019).

Com diu Work Meter (2018), **les activitats més demandades provenen de l'espirit esportiu i la filosofia de treball en equip, on els empleats han d'aprendre a confiar amb els seus companys i assumir el seu rol**. Entre tots guanyar, i aconseguir l'èxit.

Segons un estudi fet per Stanford (2014), un 100% dels que van fer un passeig van generar, com a mínim, una idea de qualitat, en comparació al 50% que van quedar-se asseguts a dins.

Passejar és una estratègia simple per incrementar i estimular la generació de bones idees entre els empleats i, com explica Paulina Lordméndez, un estudi de la Universitat de Carolina del Sud, va demostrar que **l'acció és més productiva en zones verdes**. Durant l'estudi de Stanford, també es va demostrar que, quan la gent s'asseia després de passejar, continuaven sent més creatius.

Annex F: Entrevistes a parelles i wedding planners per definir el públic actual i el consumer journey

Preguntes base a parelles:

- 1. Edat**
- 2. D'on sou?**
- 3. A què us dediqueu?**
- 4. Quan us vau casar?**
- 5. Nombre de convidats al casament?**
- 6. Civil o església? En cas de ser per església, a quina va ser la cerimònia?**
- 7. Quin estil de boda buscàveu? Quina imatge volíeu que tingués?**
- 8. L'espai, buscàveu alguna cosa com Campau o simplement estàveu oberts a diferents estils? (buscàveu una masia, fos urbanita i moderna o rústica i rural. Estàveu segurs que volíeu una masia rústica, donava igual quin estil tingués la masia... No era necessari que fos una masia...)**
- 9. Parleu-me una mica de vosaltres, aquest estil s'identifica amb la vostra personalitat? Com us descriuríeu? Quins són els vostres hobbies?**

10. Decidiu casar-vos. Teníeu ajuda (wedding planner)? Si és així, va ser el primer pas per a l'organització de la boda la contractació d'aquesta persona? Expliqueu-me una mica l'organització i els passos que vau seguir. Si no és així, salteu a la següent pregunta.

11. Si vau organitzar el casament vosaltres mateixos, expliqueu-me com va ser, per on vau començar i els passos que vau seguir per organitzar el casament.

12. L'espai, quina posició va ocupar en el rànquing de prioritats?

13. Quan vau començar a mirar la localització? (Quants mesos abans).

14. Al començar a mirar els espais, teníeu alguna cosa decidida, mirada...?

15. Quants llocs, a més de Campau, vau mirar?

16. Per on vau trobar els altres espais? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

17. Com vau trobar Campau? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

18. Com vau contactar amb Campau? (Portal, telèfon, email web...)

19. Abans de visitar la masia, vau mirar la web, Instagram, reviews, us van passar fotos directament? Què us va semblar? Quin perfil d'Instagram vau mirar?

20. En visitar Campau, us va sorprendre? Esperàveu més, menys, era tal com us ho imaginàveu? Quina va ser la vostra primera impressió?

21. Abans d'escollir que Campau era el vostre lloc, estàveu indecisos entre diferents llocs? A l'hora d'haver d'escollir, que vau fer? (Tornar a visitar els llocs que us havien agradat més? Mirar la web o Instagram per fer comparació de fotografies? Reviews...?).

22. Què us va portar a decidir que Campau era el vostre lloc ideal i no un altre dels que havíeu visitat? Quins van ser els factors finals que van influir a la decisió de fer la celebració a Campau?

23. Quants mesos després de contactar amb Campau vau donar la resposta final que volíeu casar-vos allà?

24. Vau demanar a Campau que us facilitessin/recomanessin algun servei (hotel, autocar, dj, càtering...).

25. Algun inconvenient que li vau trobar a Campau? (Preu fora del pressupost, atenció al client, espai...)

26. Alguna proposta de millora per Campau?

27. Quan probable és que recomanis Campau a un amic o familiar? (Per una reunió d'empresa, workshop, una festa, un casament...)

28. En una frase com descriuries Campau a un amic o familiar?

29. Tornaríeu a escollir Campau?

Entrevista Andrea i Marc: Respostes escrites per mi per problemes amb la gravació.

1. Edat

L'Andrea té 28 anys i el Marc 32.

2. A què us dediqueu?

L'Andrea és odontòloga i el Marc és fisioterapeuta.

3. Quan us caseu?

L'octubre de 2020.

4. Civil o església?

Civil, fan la cerimònia a Campau. A la Balaustrada del Pi.

5. Quin estil de boda buscàveu? Quina imatge volíeu que tingués?

Estaven oberts a qualsevol cosa, no tenien res pensat en concret. Sabien que volien una masia perquè no els hi agraden els grans restaurants i hotels. Ho troben “artificial”.

6. Parleu-me una mica de vosaltres, aquest estil s’identifica amb la vostra personalitat? Com us descriuríeu?

Els hi agrada viatjar i estar a la natura. Quan se'n van de viatge, per exemple, mai agafen hotels, sempre van a una casa per poder tenir l'experiència o la sensació “de viure allà”.

7. Decidiu casar-vos, què feu? Per on comenceu?

El que és primordial és l'espai (60%) i el càtering (40%). Després ja ve la festa, dj, etc.

8. Teníeu escollit el vostre càtering, fotògraf, *event planner*? Quina era la vostra organització?

No tenen event planner, ho estan organitzant tot ells. No tenien res abans d'escollir l'espai.

10. Quan vau començar a mirar la localització? (quants mesos abans)

Tretze mesos abans.

11. Com vau trobar Campau?

Per bodes.net, allà van fer la sol·licitud i la Glòria els va contestar per correu i després Whatsapp, de seguida van anar a visitar la masia.

13. Abans de visitar la masia, vau mirar la web, Instagram, us van passar fotos directament? Què us va semblar? Quin Instagram vau mirar?

No, solament van mirar les fotos de bodas.net, ja després van buscar més fotos a la web i Instagram (el de l'*event planner*).

14. Us va sorprendre la masia, esperàveu més, menys, era tal com us ho imaginàveu? Quina va ser la vostra primera impressió?

Anaven amb expectatives normals perquè era el primer lloc. Però, les fotos no fan justícia a la masia.

16. Què us va portar a decidir que Campau era el vostre lloc ideal? Quins van ser els factors finals que van influir a la decisió de fer la celebració a Campau?

La llibertat de decidir el que tu vols, a altres llocs tenen el catàleg de les opcions i tu decideixes, et posen pegues si vols fer-ho a la teva manera. A més a més l'espai és preciós, prop de Tarragona i Barcelona i l'atenció al client magnífica.

Els hi ha agradat que és un lloc amb història i familiar, no s'ha fet expressament per fer bodes. Es poden fer altres esdeveniments. Tenen un tracte molt formal i molt correcte, però els hi va agradar molt més la Glòria, com explicava les coses, es notava que la Masia era de la seva família i gaudia amb el que feia. Era un tracte molt més proper.

Tornen a visitar Campau per la decisió final.

Sabien que era Campau. Quan parlaven de la boda, parlaven de Campau.

17. Heu demanat a Campau que us facilitessin algun servei (hotel, autocar, dj...).

Van demanar ajuda amb el càtering, la Glòria els hi va donar alguns contactes, al final es van decidir per un recomanat pels pares de l'Andrea.

18. Algun inconvenient que li hàgiu trobat a Campau?

L'espai nou de la masia, no està en equilibri amb la masia, si plou i ho has de fer tot allà és tenir molt mala sort. Aquest espai es podria haver construït amb un estil més rústic i que estigués més en sintonia amb la Masia.

20. Quan probable és que recomaneu Campau a un amic o familiar?

Fins al moment, ja que encara no s'han casat, 100%.

21. En una frase com descriuríeu Campau a un amic o familiar?

Autèntica, rústica i polivalent (perquè té molts espais i el "Pla B" en cas de pluja).

22. Tornaríeu a escollir Campau?

100%

Entrevista Noemi i Ferran: Respostes escrites per mi per problemes amb la gravació.

1. Edat

La Noemí en té 40 i el Ferran 52.

2. D'on sou?

Viuen junts a Cubelles, encara que la Noemí és del Prat i el Ferran del Garraf.

3. A què us dediqueu?

La Noemí treballa a l'aeroport en una empresa de transport. El Ferran no treballa per voluntat pròpia, encara que és instructor de tenis.

4. Quan us caseu?

Es casen el setembre de 2020.

5. Nombre de convidats al casament?

50.

6. Civil o església? En cas de ser per església, a quina va ser la cerimònia?

Civil

7. Quin estil de boda buscàveu? Quina imatge volíeu que tingués?

Una cosa senzilla, no els hi agrada les macro bodes.

8. L'espai, buscàveu alguna cosa com Campau o simplement estàveu oberts a diferents estils? (buscàveu una masia, fos urbanita i moderna o rústica i rural. Estàveu segurs que volíeu una masia rústica, donava igual quin estil tingués la masia... No era necessari que fos una masia...)

Buscaven una masia rústica amb història, personal i que et sentissis com a casa.

10. Decidiu casar-vos. Teníeu ajuda (wedding planner)? Si és així, va ser el primer pas per a l'organització de la boda la contractació d'aquesta persona? Expliqueu-me una mica l'organització i els passos que vau seguir. Si no és així, salteu a la següent pregunta.

No tenen ajuda de *wedding planner*. Van començar pel lloc i després el càterring.

13. Quan vau començar a mirar la localització? (Quants mesos abans).

Sis mesos abans, a principis de març de 2020.

15. Quants llocs, a més de Campau, vau mirar?

Van mirar molts per internet i feien una llista. L'únic lloc que van arribar a visitar va ser Campau, no necessitaven mirar res més.

16. Per on vau trobar els altres espais? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

Principalment per bodes.net i altres plataformes.

17. Com vau trobar Campau? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

Per bodas.net, el Ferran havia estat a una masia de Sant Jaume dels Domenys i no sabia quina era, així que van buscar per aquesta plataforma i Google. Campau va aparèixer per molts llocs, encara que ell no estava segur si era la masia que buscava.

De bodas.net van anar a la pàgina web.

18. Com vau contactar amb Campau? (Portal, telèfon, email web...)

Pel telèfon que hi ha a la web.

19. Abans de visitar la masia, vau mirar la web, Instagram, reviews, us van passar fotos directament? Què us va semblar? Quin perfil d'Instagram vau mirar?

Van mirar solament la pàgina web i les fotos. Els hi van semblar molt boniques.

20. En visitar Campau, us va sorprendre? Esperàveu més, menys, era tal com us ho imaginàveu? Quina va ser la vostra primera impressió?

Els hi va semblar molt igual a les fotografies, encara que en persona millora molt. 'És una sensació de sentir-se com a casa i de feeling', també va ajudar molt la Glòria, que la defineixen com "encantadora"

21. Abans d'escollir que Campau era el vostre lloc, estàveu indecisos entre diferents llocs? A l'hora d'haver d'escollir, que vau fer? (Tornar a visitar els llocs que us havien agradat més? Mirar la web o Instagram per fer comparació de fotografies? Reviews...?).

Després de visitar Campau, que va ser el primer lloc, no van visitar cap més.

22. Què us va portar a decidir que Campau era el vostre lloc ideal i no un altre dels que havíeu visitat? Quins van ser els factors finals que van influir a la decisió de fer la celebració a Campau?

‘Els espais encantadors. És una masia que té els ‘dos mons’. Per una part és molt elegant i per l’altre et sents com a casa.

A més a més, encara que Campau té espais grans, també en té de petits, i això permet que un casament petit es pugui fer, sense tenir la sensació de ‘ridícul’ i ‘buidor’.

23. Quants mesos després de contactar amb Campau va donar la resposta final que volíeu casar-vos allà?

El mateix dia que van anar a visitar a la Glòria a Campau, li van dir que sí.

24. Vau demanar a Campau que us facilitessin/recomanessin algun servei (hotel, autocar, dj, càtering...).

Li van demanar recomanacions de càtering, la Glòria els hi va donar un llistat amb els que havien treballat a Campau i els hi va explicar els ‘pros’ i ‘contres’

25. Algun inconvenient que li va trobar a Campau? (Preu fora del pressupost, atenció al client, espai...)

Cap.

26. Alguna proposta de millora per Campau?

Fins al moment cap.

27. Quan probable és que recomanis Campau a un amic o familiar? (Per una reunió d’empresa, workshop, una festa, un casament...)

Fins al moment 100%

28. En una frase com descriuries Campau a un amic o familiar?

‘Encantadora i màgica’.

Entrevista Sílvia i Marc: Respostes contestades i escrites per la parella.

1. Sílvia, com es diu la teva parella?

Marc Bargalló

2. Edat:

El Marc en té 40 i jo en tinc 38

3. D'on sou?

El Marc de Sant Martí Sarroca i jo de Santa Fe del Penedès, però vivim a Castellví de la Marca.

4. A què us dediqueu? Som pagesos i ramaders.

5. Quan us vau casar? 21 de setembre vàrem fer el convit a Masia Campau i la signatura dels papers la vàrem fer el 19 de juliol a Santa Fe del Penedès. Aclarir que el dia 21 de Setembre a Campau no vam fer cap cerimònia ni res de tot això, només volíem reunir a tota la gent que estimàvem i fer una festassa... Però sense cerimònies, balls de nuvis, regalets i tombs per les taules... Ni res per l'estil.

6. Nombre de convidats al casament? Nosaltres vàrem fer un casament com per fases... M'explico; vàrem fer un dinar amb tota la família i érem 60 persones i, després, a mitja tarda varen començar a arribar els amics (que eren 88 persones) i vàrem fer el sopar amb els col·legues i qui es va voler quedar de la família també va ser benvingut.

7. Civil o església? En cas de ser per església, a quina va ser la cerimònia?

El casament va ser pel civil, el vam fer el dia 19 de juliol a Santa Fe del Penedès.

8. Quin estil de boda buscàveu? Quina imatge volíeu que tingués?

De fet nosaltres no buscàvem per res una boda convencional. Volíem fer una festa 'por todo lo alto' amb la gent que estimàvem. Volíem una festa sense els típics

estàndards que es fan als casaments, de fet no vam complir amb cap cosa típica de casament... volíem una imatge gens carregada, natural, rústica, un ambient càlid i de bon rotllo sense protocols.

9. L'espai, buscàveu alguna cosa com Campau o simplement estàveu oberts a diferents estils? (buscàveu una masia, fos urbanita i moderna o rústica i rural. Estàveu segurs que volíeu una masia rústica, donava igual quin estil tingués la masia... No era necessari que fos una masia...)

De fet buscàvem i buscàvem però no acabàvem de trobar l'estil que volíem, i quan vaig trobar Campau per casualitat al Google, vaig saber que seria aquell lloc on volíem fer la festa. Em va captivar des del primer moment i només veient les fotos de la seva web! Quan vam anar a veure la masia, va ser un amor a primera vista!

Sí que volíem una masia amb estil rural i rústic i en vam trobar alguna, però cap com Campau. Ja et dic, va ser un amor a primera vista.

10. Parleu-me una mica de vosaltres, aquest estil s'identifica amb la vostra personalitat? Com us descriuríeu? Quins són els vostres hobbies?

Si, absolutament. Som molt rurals nosaltres. Som pagesos i ramaders i que consti que també ens agrada anar al Sonar un cop a l'any, però som una parella senzilla, que gaudeix de les petites coses i ens agrada envoltar-nos dels nostres amics.

Ens agraden molt els animals, suposo que per això som ramaders, ens agrada auto abastir-nos en l'alimentació, ens agrada la natura i cuidar d'ella, en fi, les petites coses són les que valorem.

11. Decidiu casar-vos. Teníeu ajuda (*wedding planner*)? Si és així, va ser el primer pas per a l'organització de la boda la contractació d'aquesta persona? Expliqueu-me una mica l'organització i els passos que va seguir. Si no és així, salteu a la següent pregunta.

Decidim casar-nos, al principi no anàvem a fer cap celebració però al final al trobar Campau, vam decidir de fer la celebració i ens vam muntar la festa en menys de dos mesos. Ho vàrem fer absolutament tot nosaltres. Però com he comentat abans, potser

no som el perfil que buscaves perquè el nostre casament no va ser gens convencional... Res de wedding planner i tot això...

12. Si vau organitzar el casament vosaltres mateixos, expliqueu-me com va ser, per on vau començar i els passos que vau seguir per organitzar el casament.

Primer vam començar per confirmar aproximadament tota la gent que vindria i un cop vàrem tenir això, vam muntar el menú amb Caelum càtering (càtering de la masovera de Campau, l'Anca) i ens vàrem repartir algunes feines, ja que alguna cosa de menjar la vàrem portar nosaltres.

Seguidament, nosaltres vam calcular el tema de la beguda i ens vam encarregar de reservar tota la beguda i les neveres.

Després vàrem "dissenyar" una mica els seients de la taula llarga que vam fer pel dinar familiar i el tema de la música també el vaig dissenyar bastant jo i ens va acabar de fer la feina un dj que va venir el dia de la boda.

Amb l'Anca de Caelum càtering també vam ultimar el tema de les taules i cadires que volíem, plats, gots i una mini guarnició per a les taules. I ja està! A esperar que arribés el dia.

13. L'espai, quina posició va ocupar en el rànking de prioritats?

Et podria dir que va estar en el primer lloc del rànking de prioritats i després o junt amb l'espai hi havia el menjar.

14. Quan vau començar a mirar la localització? (Quants mesos abans).

Crec que va ser a mitjans de juny que ho vaig començar a mirar a veure si trobava algun lloc per fer la festa i, fins que no vaig trobar Campau, no ens vam decidir a fer el casament. La reserva la fèiem a finals de juny principis de juliol.

15. Al començar a mirar els espais, teníeu alguna cosa decidida, mirada...?

No, no teníem res decidit ni mirat. De fet, fins que no vam trobar l'espai de Campau, no ens vam decidir 100% de celebrar el casament.

16. Quants llocs, a més de Campau, vau mirar?

3 o 4 que els vam mirar per internet. No vam acabar visitant cap lloc. Només Campau.

17. Per on vau trobar els altres espais? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

Buscant per Google.

18. Com vau trobar Campau? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

Per casualitat al Google. I mira que ho tenim al costat de casa i ni sabia que existia aquesta masia allà!

Doncs això de buscar-ho per Google, vaig trobar directament la seva pàgina web, però em va costar de trobar perquè no estava posicionada dels primers llocs.

Abans de trobar Campau, suposo que vaig trobar altres cases perquè devien estar millor posicionades en el Google. El que sí que et puc dir és que no vaig mirar mai cap pàgina de portals especialitzats en bodes, perquè tenia el convenciment que si buscava en aquests llocs, no em deixarien fer el casament que nosaltres volíem... En poques paraules, segurament ens hagueren fet 'passar per l'aro' amb tots els protocols que hi ha muntats i com que això no ho volíem, em limitava només a mirar les webs pròpies que trobava de les masies.

Sí que em vaig mirar la pàgina web de masiesdelpenedes.com i allà en vaig veure unes quantes que m'agradaven però Campau no hi era. Ja et dic que em va costar bastant de trobar la Masia Campau perquè al Google no estan ben posicionats. De fet diria que ho vaig trobar de casualitat!!

19. Com vau contactar amb Campau? (Portal, telèfon, email web...)

Vaig trucar per telèfon.

20. Abans de visitar la masia, vau mirar la web, Instagram, reviews, us van passar fotos directament? Què us va semblar? Quin perfil d'Instagram vau mirar?

Abans de visitar la masia, vam mirar moltíssim la seva web. Instagram no el vam mirar perquè no en tenim... Vaig mirar si la trobava a Facebook i vaig trobar-la però no el tenien massa actiu.

Amb les fotos de la pàgina web ja em vaig enamorar de la masia.

21. En visitar Campau, us va sorprendre? Esperàveu més, menys, era tal com us ho imaginàveu? Quina va ser la vostra primera impressió?

Crec que ni sorprendre ni defraudar, era tal com ho havíem vist a les fotos i mentre trepitjàvem la masia ja sabia que era el lloc on faríem el casament.

La nostra primera impressió va ser un amor a primera vista!

22. Abans d'escollir que Campau era el vostre lloc, estàveu indecisos entre diferents llocs? A l'hora d'haver d'escollir, que vau fer? (Tornar a visitar els llocs que us havien agradat més? Mirar la web o Instagram per fer comparació de fotografies? Reviews...?).

Bé, com que va ser l'única masia que ens va fer el pes de les que havíem mirat per internet, va ser la 1a i última que vàrem visitar. Quan la vàrem visitar de seguida ja vam fer la paga i senyal per reservar-la. No ens va caldre anar a mirar res més.

23. Què us va portar a decidir que Campau era el vostre lloc ideal i no un altre dels que havíeu visitat? Quins van ser els factors finals que van influir a la decisió de fer la celebració a Campau?

Suposo que el fet de no visitar enlloc més que Campau, va ser perquè la masia en sí s'adaptava al 100% a les nostres expectatives i el nostre estil.

També un fet important va ser l'Anca de Caelum Càtering, que es van saber adaptar molt al tipus d'esdeveniment que volíem fer i també es van adaptar amb el tema del menjar que hi va haver coses que les vam portar nosaltres, la beguda també era nostre i, com que vam veure que el càtering que operava a Campau, s'adaptava

tantíssim al que volíem fer, doncs era l'equip perfecte que necessitàvem per poder dur a terme el nostre casament.

24. Quants mesos després de contactar amb Campau vau donar la resposta final que volíeu casar-vos allà?

Al cap d'una setmana d'anar a veure la masia, ja els hi vam dir que la reservàvem.

25. Vau demanar a Campau que us facilitessin/recomanessin algun servei (hotel, autocar, dj, càtering...).

A l'ensenyar-nos la casa l'Anca de Caelum càtering, ella mateixa ja es va oferir amb el tema del càtering i això ens va facilitar molt les coses.

26. Algun inconvenient que li vau trobar a Campau? (Preu fora del pressupost, atenció al client, espai...)

En la nostra opinió potser l'únic seria que el preu que et fan pagar és fins a les 3.30/4h de la matinada... I sempre passa als casaments que aquesta hora tothom està 'on fire' i plegar és una mica de 'bajón'... Sí que et donen l'opció d'allargar la nit però pagant un extra l'hora bastant desorbitat... Per això vam decidir de plegar-ho a les 4h, però sí que és cert que la nit es va fer curta, ja que la gent estava allà donant-ho tot. Per la resta tot correcta.

27. Alguna proposta de millora per Campau?

Potser diria que les veles que tenen en el preciós pati interior de les voltes s'haurien de renovar i pensar millor, ja que el dia que vam fer el casament, va fer un ruixat ràpid i va quedar clar que aquelles veles no aguanten l'aigua. Regalimava tota l'aigua per tot arreu. Segurament s'hauria de posar una estructura que es pogués plegar i desplegar quan calgués però algun material que aguantés la pluja.

28. Quan probable és que recomanis Campau a un amic o familiar? (Per una reunió d'empresa, workshop, una festa, un casament...)

Molt probable, de fet tothom que va venir a la boda va quedar enamorat de la masia i quasi ningú la coneixia així que va ser una bona i agradable sorpresa pels convidats de conèixer un lloc nou.

Tothom ens va felicitar pel lloc que havíem triat.

29. En una frase com descriuries Campau a un amic o familiar?

Un lloc amb aires de frescor i naturalitat, d'ambient rural i rústic però tot cuidat fins a l'últim detall. Còmode i agradable.

30. Tornaríeu a escollir Campau? Si i tant! Si mai hem de tornar a fer alguna cosa maca, i tenim els diners per fer-ho, per descomptat! De fet, quan faci anys que ens hem casat, és probable que la triem.

Entrevista a la Sílvia i l'Erik: Respostes transcrites.

1. Edat

Tenim 27 anys, aquest any en fem 28.

2. D'on sou?

Som de Valls.

3. A què us dediqueu?

Jo (l'Andrea) soc professora en un institut i vaig estudiar filologia anglesa, i jo (el Marc) soc fisioterapeuta i treballo en un centre de Valls.

4. Quan us caseu?

Aquest juliol (2020), el dia 25.

5. Nombre de convidats al casament?

Uns 180.

6. Civil o església? En cas de ser per església, a quina va ser la cerimònia?

Ens casem per civil a Campau.

7. Quin estil de boda buscàveu? Quina imatge volíeu que tingués?

Volíem trobar un lloc que fos així... No sé com explicar-t'ho... Teníem molt clar que no volíem un restaurant típic d'aquells... Tancat. Volíem alguna cosa que estigués així al mig del bosc no sé així com Campau. No volíem una cosa molt formal, però al final una cosa que s'adaptés a les nostres necessitats.

9. Parleu-me una mica de vosaltres, aquest estil s'identifica amb la vostra personalitat? Com us descriuríeu? Quins són els vostres hobbies?

No som de cap manera en especial, però sí que no som d'anar a un lloc súper tradicional, amb les taules rodones i cadires blanques o mantells blancs. El que sí que em va tirar d'allí (Campau) era perquè era una cosa tipus... Jo ho definiria una mica com... Em recorda molt Campau tipus la Toscana, una mica.

No és una cosa que diguis de súper luxe, però és aquest estil...

10. Decidiu casar-vos. Teníeu ajuda (wedding planner)? Si és així, va ser el primer pas per a l'organització de la boda la contractació d'aquesta persona? Expliqueu-me una mica l'organització i els passos que vau seguir. Si no és així, salteu a la següent pregunta.

L'Erik em va demanar casar-nos el Sant Jordi de l'any passat (2019). El primer que vam mirar era el lloc i el càtering, perquè és una mica el que has de deixar clar perquè... És el que està més demanat. Pensa que vam anar a visitar llocs l'any passat que era 2019 i, hi havia gent que reservava pel 2021. Llavors, quan vam veure que hi havia aquesta demanda vam dir, és una cosa que ho hem de deixar ja lligat. Per tant és el que vam fer.

I, això de *wedding planner*, ho hem fet tot bastant nosaltres menys ara, en el moment d'anar a buscar el tema de les flors i tot això, hem anat a una noia d'aquí baix i sí que li hem demanat que el dia del casament sí que estigui ella una mica per coordinar-ho una mica tot, perquè ofereix aquest servei.

Pel que fa als altres temes, ho estem fent tot bastant nosaltres, la veritat.

11. Quan vau començar a mirar la localització? (Quants mesos abans).

Vam tancar això (Campau) amb la Glòria a finals de maig de l'any passat i vam començar a mirar que era finals d'abril i primers de maig. Que vam començar a trucar llocs. Jo em vaig posar a mirar llocs per internet i vam fer com una llista de llocs que volíem anar a mirar i que volíem demanar informació.

12. És a dir que us vau decidir per Campau bastant de pressa no?

Sí, perquè vam arribar allà i en va agradar molt l'estil aquest. Abans d'anar a Campau vam anar a un altre lloc i també teníem vistos altres llocs però ens va agradar molt quan vam anar a Campau, ens va agradar molt la Glòria...

13. M'heu dit que les coses més importants són el lloc i el càtering? Vau començar a mirar el lloc paral·lelament amb el càtering o vau fer una cosa darrere l'altre?

Primer vam fer el lloc, llavors la Glòria ens va donar una llista de càterings que havien treballat a Campau. Però cap ens acabava de convèncer molt.

Hi ha llocs que el càtering va inclòs. A Campau tu pots portar el càtering que tu vulguis, que és el positiu que té, que no tens cap compromís. Penso que està bé perquè pots decidir més tu.

Perquè a un altre lloc que vam anar, per exemple, hi havia el càtering allí, els cuiners allí. Era molt més tancat. No tenies tanta opció. En canvi, aquí, pots portar el que vulguis.

14. Quants llocs, a més de Campau, vau mirar?

Vam anar a un altre lloc, i llavors altres llocs, o eren llocs que ja s'han fet molts casaments allí i tampoc no...

Vam descartar molts llocs sense anar-hi ja, perquè no tenien prou capacitat, perquè no ens agradava el lloc... Pensa que molts llocs quan es passen de 100 convidats o ... Clar el que té Campau és que tens 'plan B' per si plou. Però pensa que a vegades et limiten l'espai, el nombre de gent...

Ja et dic, per exemple, l'Avellana o una cosa així per aquí Tarragona, s'hi ha casat tothom allí. També això que té Campau és que, bé, ara crec que si es van coneixent més però, fins ara crec que no és tan nou, tan conegut.

Visitar d'anar-hi nosaltres, van ser dos llocs, crec.

16. Per on vau trobar els altres espais? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

Jo em vaig descarregar l'aplicació de bodas.net de seguida. Llavors allà et surten llocs on pots anar. Però al final per Google eh, vull dir, vam buscar llocs per casar-nos i a mi em va sortir... Al final també és que en mirar coses per Instagram ja em sortien alarmes (anuncis). Així que tampoc sé dir-te exactament com va ser que vam arribar allà.

17. Com vau trobar Campau? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

Primer vaig veure una foto a Bodas.net i després, em vaig recordar que una noia que jo segueixo a Instagram, s'havia casat com en el mateix escenari, llavors vaig anar al perfil d'aquesta noia i, a partir d'aquesta noia, vaig anar a l'Instagram de Campau.

Campau té dos perfils, un que té unes fotos dels espais buits (@masiacampau) i un altre que té tots els muntatges dels casaments (@campauevents). Recordeu quin vau veure?

El del muntatge dels casaments. De fet, acabem de descobrir això, que hi ha dos.

18. Com vau contactar amb Campau? (Portal, telèfon, email web...)

Vaig trucar al telèfon que hi havia a la web i de seguida me'l va agafar la Glòria i va ser molt ràpid poder quedar per un dia i anar-la a visitar.

19. Abans de visitar la masia, vau mirar la web, Instagram, reviews, us van passar fotos directament? Què us va semblar? Quin perfil d'Instagram vau mirar?

Vam mirar la pàgina web.

20. En visitar Campau, us va sorprendre? Esperàveu més, menys, era tal com us ho imaginàveu? Quina va ser la vostra primera impressió?

Jo crec que va ser que quan estàs allí els paisatges també fan molt, les vinyes, en ple maig que estava tot súper florit.

Ens va agradar molt, jo personalment (Marc), que ja havíem vist algun lloc que ja hi havia el càtering, primer va ser “merda, ara tenim més feina”. Però després pensant...

Pensa que allò, en ser una aasia antiga, la cuina el celler, li dóna un encant... Que ho fa bastant únic també en aquest sentit.

21. Abans d'escollir que Campau era el vostre lloc, he dit que vau visitar també un altre lloc. A l'hora d'haver d'escollir, que vau fer? (Tornar a visitar els llocs que us havien agradat més? Mirar la web o Instagram per fer comparació de fotografies? Reviews...?).

Campau va ser el segon lloc que vam anar a veure. Vam parlar-ho una mica, però no... Al final és qüestió de si t'agrada o no t'agrada. Veiem altres llocs i dèiem “és que ja no és Campau”, és com que ho comparàvem a Campau.

22. Què us va portar a decidir que Campau era el vostre lloc ideal i que no necessitàveu mirar més llocs? Quins van ser els factors finals que van influir a la decisió de fer la celebració a Campau?

El nivell de logística, que hi havia un 'plan b' per si plovia, estaven preparats pel càtering, t'ofereixen la casa per dormir... Logísticament està bastant ben preparada. El baluard també és molt bonic...

24. Vau demanar recomanació amb el càtering, heu demanat que us facilitin alguna cosa més? (hotel, autocar, dj...).

Em sembla que no, però perquè nosaltres ja teníem bastant clares les coses. Som de Valls, llavors els contactes els tenim de Valls.

26. Alguna proposta de millora per Campau?

Potser que oferissin una persona, no la Glòria eh, però una persona que organitza una mica tot aquell dia, una mica *wedding planner*. Sabem que hi ha un noi que organitza una mica el tema logístic, elèctric i tot això... Però sí que hi hagués una persona que una mica estigués encarregada com de coordinar-ho tot una mica.

27. Quan probable és que recomanis Campau a un amic o familiar? (Per una reunió d'empresa, workshop, una festa, un casament...)

Fins al moment ho recomanàriem. No fa res que em faci no recomanar-ho de moment. Per exemple, el que diria molt a favor, és que la Glòria ens ha dit que podem anar a visitar-ho quan vulguem i començar una mica a organitzar, en aquest sentit et donen molta llibertat.

28. En una frase com descriuries Campau a un amic o familiar?

Un lloc amb un paisatge encantador que està preparat per fer un esdeveniment de moltes persones.

Entrevista Míriam i Raquel: Respostes contestades i escrites per la parella

1. Edat

La Míriam té 28 anys, i la Raquel en té 31.

2. D'on sou?

La Míriam és de Masllorenç i la Raquel de Tarragona, però independentment, les 2 hem viscut moltíssims anys a Valls.

De fet, actualment hem tornat al poble, i ara vivim juntes en un petit pis de Valls juntament amb el nostre gos Colour.

3. A què us dediqueu?

La Raquel treballa en una enginyeria fent de delineant projectista. La Míriam és tècnica sanitària i condueix ambulàncies.

4. Quan us caseu?

Encara no ens hem casat, de fet ens casarem el dia 5-06-2021.

5. Nombre de convidats al casament?

Serem uns 60 convidats, encara no ho tenim del tot tancat perquè encara no sabem els acompanyants dels convidats.

6. Quin estil de boda buscàveu? Quina imatge volíeu que tingués?

Busquem una imatge de boda estil Còctel, amb diverses taules i cadires disperses per tota la zona de la masia. La idea és que els convidats es vagin movent i puguin gaudir de la masia Campau i les seves vistes.

7. L'espai, buscàveu alguna cosa com Campau o simplement estàveu oberts a diferents estils? (buscàveu una masia, fos urbanita i moderna o rústica i rural. Estàveu segurs que volíeu una masia rústica, donava igual quin estil tingués la masia... No era necessari que fos una masia...)

L'espai el teníem molt clar des d'un principi, buscàvem una masia rural que ens agradés a les dues, i no molt lluny dels convidats, com a molt que tinguessin 1 hora de viatge en cotxe.

8. Parleu-me una mica de vosaltres, aquest estil s'identifica amb la vostra personalitat? Com us descriuríeu? Quins són els vostres hobbies?

Sí, aquest estil s'identifica molt amb nosaltres. De fet, som dues noies molt senzilles i molt familiars, i ens encanta perdre'ns per la muntanya amb el nostre gos, ens dóna molta vida.

Separadament, a la Míriam li encanta pintar miniatures i jugar a jocs de taula, i a la Raquel li encanta dibuixar i jugar a la consola.

10. Decidiu casar-vos. Teníeu ajuda (wedding planner)? Si és així, va ser el primer pas per a l'organització de la boda la contractació d'aquesta persona? Expliqueu-me una mica l'organització i els passos que vau seguir. Si no és així, salteu a la següent pregunta.

No tenim ajuda, vam decidir que, mentre no ens atabali massa tots els preparatius que comporta un casament, de moment ho organitzaríem tot nosaltres soles. Si veiéssim que no ens en sortim... Demanarem ajuda.

11. Si vau organitzar el casament vosaltres mateixes, expliqueu-me com va ser, per on vau començar i els passos que vau seguir per organitzar el casament.

Primerament, ens vam registrar a una web que es diu "bodas.net", fins i tot tenen una aplicació pel mòbil. Vam pensar que seria la nostra gran ajuda... Però al final ens van esprémer en dos dies, molt pesats. No la recomanaríem.

Seguidament, vam començar a buscar masies rurals pel Google i les que més ens agradaven estaven a 3 o 4 hores de casa, fins que després de molt buscar i remirar, vam decidir visitar masia Campau, i òbviament, ens va enamorar i la vam reservar.

Més tard, volíem mirar càterings però la situació que estem vivint en aquest moment amb el Coronavirus ens ha aturat bastant tots els preparatius..

Així que ho tenim tot una mica parat.

Però sí que ja tenim fet, i per nosaltres mateixes, el “Save the date”, i a l’espera d’enviar-ho per Whatsapp a tots els nostres convidats.

No podem explicar-te gran cosa més.

12. L’espai, quina posició va ocupar en el rànding de prioritats?

De les primeres prioritats, per descomptat. Perquè és el que més recordarem nosaltres i els nostres convidats, el lloc. Així que, ens havia d’ enamorar a primera vista, i definitivament ho va fer.

13. Quan va començar a mirar la localització? (Quants mesos abans).

Doncs vam començar a mirar llocs 1-2 mesos després de saber que ens casaríem. Així que, amb més d’un any d’antelació, ja que volíem poder triar el dia.

14. Al començar a mirar els espais, teníeu alguna cosa decidida, mirada...?

Teníem diversos llocs per anar a visitar en persona, però tot ho havíem vist primer amb fotos o visites virtuals (d’aquestes fotos de 360° i amb vídeos).

Però la gran majoria de masies eren massa “prefabricades” i ja no ens acabava d’agradar el fet que no fossin naturals.

15. Quants llocs, a més de Campau, va mirar?

No sabríem dir-te la quantitat de llocs, uns 8-10 llocs, tots mirats per internet amb fotos i vídeos. Volíem fer ruta de visites a les diferents masies que ens van agradar, que al final només van ser 2 o 3.

Així que, vam començar per la que més ens feia gràcia, la Masia Campau, i vam anul·lar la resta de visites que teníem. Vam creure que, difícilment hi hauria un lloc que superés Campau, tant per l’espai com per la situació.

16. Per on va trobar els altres espais? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

Pel cercador de Google, en cerca de ‘cases rurals amb jardí’, ‘masies per casaments’, etc. A partir d’aquí, anàvem a les webs oficials de cada lloc.

17. Com va trobar Campau? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials,

blogs...)

La Míriam la coneixia i la Raquel no, però no ens volíem casar en el primer lloc sense mirar res més. Tot i que al final sí que ha sigut una mica així.

18. Com vau contactar amb Campau? (Portal, telèfon, email web...)

Vam contactar-hi per e-mail i després ja vam quedar per Whatsapp.

19. Abans de visitar la masia, vau mirar la web, Instagram, reviews, us van passar fotos directament? Què us va semblar? Quin perfil d'Instagram vau mirar?

Vam mirar la seva pròpia pàgina web, i crec que tenia un link d'Instagram també, vam mirar fins i tot vídeos. Després, la Glòria de Masia Campau, ens va passar fotos de casaments que s'havien fet, ja que vam visitar la masia a l'hivern, i diguéssim que no tenia molt de color, i tot i això, ja ens va enamorar.

20. En visitar Campau, us va sorprendre? Esperàveu més, menys, era tal com us ho imaginàveu? Quina va ser la vostra primera impressió?

Ens va agradar molt més en persona, i com més ens endinsàvem en el seu interior, més ens agradava.

21. Abans d'escollir que Campau era el vostre lloc, estàveu indecisos entre diferents llocs? A l'hora d'haver d'escollir, que vau fer? (Tornar a visitar els llocs que us havien agradat més? Mirar la web o Instagram per fer comparació de fotografies? Reviews...?).

Sincerament, només vam meditar uns dies el preu, si realment ho podríem assumir o no. En cap moment vam estar indecises pel lloc.

22. Què us va portar a decidir que Campau era el vostre lloc ideal i no un altre dels que havíeu visitat? Quins van ser els factors finals que van influir a la decisió de fer la celebració a Campau?

En veure els diferents llocs de la masia, ja ens anàvem imaginant si aquí faríem la cerimònia o allà el ball o arribaríem per tal lloc, o fins i tot una ruta pels convidats, perquè poguessin gaudir de tota la masia.

És a dir, que ja ens hi veiem casant-nos allà, i això és el que ens va fer decidir, després només vam haver de parlar el tema diners, que bàsicament és l'únic que necessitàvem per tenir el lloc assegurat.

23. Quants mesos després de contactar amb Campau vau donar la resposta final que volíeu casar-vos allà?

Ara ens fa vergonya dir-ho, ni una setmana.

24. Vau demanar a Campau que us facilitessin/recomanessin algun servei (hotel, autocar, dj, càtering...).

Sí, li vam demanar si ens podia dir els càterings que han treballat a la Masia, creiem que si coneixen el lloc, doncs tot serà més fàcil i còmode. A part, ens agrada saber si treballen bé o no.

25. Algun inconvenient que li vau trobar a Campau? (Preu fora del pressupost, atenció al client, espai...)

No diríem que fos un inconvenient, però el que ens ho va fer pensar és el preu, pensem que per un dia és un cost una mica elevat, però està clar que l'espai s'ho guanya i, sincerament, sabem que un casament és car.

El que passa, és que teníem fixat un preu màxim de casament, per no anar a cegues, però l'hem hagut d'ampliar una miqueta si realment volem que Masia Campau sigui el nostre lloc.

26. Alguna proposta de millora per Campau?

No sabríem dir-te, suposo que sí ja ens haguéssim casat allí et podríem dir alguna millora.

27. Quan probable és que recomanis Campau a un amic o familiar? (Per una reunió d'empresa, workshop, una festa, un casament...)

Per casament o una gran festa ho recomanariem moltíssim, o sigui, per un esdeveniment que no vols oblidar!

Però per una reunió d'empresa o altres reunions no ho recomanariem perquè creiem que el preu és massa elevat.

28. En una frase com descriuries Campau a un amic o familiar?

Una masia familiar i rústica, envoltada pel paisatge típic del Penedès.

29. Tornaríeu a escollir Campau?

Sí, però ho reafirmariem quan ens haguéssim casat.

Entrevista Ivan i Lydia: Respostes transcrites.

1. Quina edat teniu i a què us dediqueu?

Jo sóc l'Ivan i en tinc 27 i sóc enginyer de telecomunicacions, jo sóc la Lydia tinc 24 anys i estic acabant la carrera i de moment treballo de consultora de bellesa.

3. D'on sou?

Ella (la Lydia) és de Torrelles de Foix, jo sóc de Sant Martí.

4. Quan us caseu?

Setembre 2020.

5. Nombre de convidats al casament?

150

6. Civil o església? En cas de ser per església, a quina va ser la cerimònia?

Per l'església, ens casem a la nostra zona i després anem cap a Campau.

7. Quin estil de boda buscàveu? Quina imatge volíeu que tingués?

No... Volíem una cosa més íntima, més familiar, poder. Un restaurant ens semblava molt fred, llavors doncs busques més una masia... Busques més el que t'ha rodejat, no? Aquí estem molt rodejats de vinyes, de casa rural, i buscàvem una cosa així, que la gent se sentís en un àmbit més familiar.

9. Parleu-me una mica de vosaltres, aquest estil s'identifica amb la vostra personalitat? Com us descriuríeu? Quins són els vostres hobbies?

És complicat perquè... en el meu cas (Ivan), m'agrada molt la natura, però com a enginyer de telecomunicacions també la tecnologia, ella per exemple... Sí que va fer un grau de marketing amb vitivinícola i cultura. És a dir, tot el món de la vinya li encanta.

Jo (Lydia), ciutat poc, urbanita gens.

10. Decidiu casar-vos. Teníeu ajuda (wedding planner)? Si és així, va ser el primer pas per a l'organització de la boda la contractació d'aquesta persona? Expliqueu-me una mica l'organització i els passos que vau seguir. Si no és així, salteu a la següent pregunta.

Crec que el primer que vam fer va ser buscar una data. Perquè te n'adones que preguntessis on preguntessis tothom et deia, per quina data ho vols. I, sobretot les dates marquen molt els preus. Llavors clar, no et donen cap pressupost fins que tu no els hi dones una data. Llavors, primer vam fixar la data.

Després ja sí que vam començar a mirar vinyes, masies, vam començar a enviar mails a moltíssima gent. Però sí que és veritat que Campau va ser la segona masia que vam anar a veure, de fet el mateix dia crec. I ja està, va ser entrar allà, amb la Glòria i 'pam, ja està'.

11. Teníeu planejat fer més visites o encara estàveu...?

Sí, de fet com tots no suposo. Més o menys la gent que es casa sempre vol... És com un cotxe, primer mires... T'intentes mirar dos o tres llocs i després ja agafes el que

més t'agrada. La idea era aquesta, però vam escollir... De fet li vam dir que sí quan ens va fer la visita guiada ella. Li vam dir que sí automàticament.

13. Quan vau començar a mirar la localització? (Quants mesos abans)

Vam començar a mirar a l'octubre/novembre. (11 mesos abans).

15. Quants llocs, a més de Campau, vau mirar?

Miràvem llocs per anar-hi, però no et pots guiar mai per les fotos que veus, sinó que has de veure el lloc.

Nosaltres vam mirar per bodes.net, allò que dius, bé, com que sempre fan publicitat, deu funcionar. Vam entrar al principi de tot, ho vam estar mirant, però va ser més el boca-orella. Perquè de fet aquesta és una masia que ens va comentar algú.

Nosaltres estem al centre del Penedès, aquí de vinyes i de caves hi ha moltíssimes, jo he estat estudiant molt de vitivinícola i cultura llavors que passa, vulguis que no, jo sabia quins cellers es movien, sabia les masies que m'havien agradat més, llavors primer, ja que estàs aquí i vols fer alguna cosa aquí, intentes apropar-te més on més t'agrada a tu. Llavors sí que era més de conegudes. No perquè m'ho hagués dit ningú, sinó perquè vaig anar un dia d'excursió amb l'escola, em va agradar, vam estar provant, té un 'no sé què', uns espais molt macos...

16. I Campau com et va arribar?

Ens va arribar per una de les meves tietes que va anar allà un casament un dia, i ens va dir que es van casar que es veien totes les vinyes i sí, i a més estava allà tots els estius i tal, i anava a aquella casa.

18. Com vau contactar amb Campau? (Portal, telèfon, email web...)

Crec que si no m'equivoco, vaig buscar Campau, no sé si tenen web o Facebook o una cosa així, i li vaig trucar si no m'equivoco el primer dia i, després ja vam parlar per WhatsApp.

19. Abans de visitar la masia, vau mirar la web, Instagram, reviews, us van passar fotos directament? Quina va ser la vostra primera impressió en visitar Campau?

No vam mirar res. A mi em va agradar molt el tracte amb la Glòria. A part que la masia és molt maca, a mi em va agradar molt el tracte que ens va donar. És a dir, és una persona que no et ven la moto. Jo si una cosa no m'agrada, però gens, és que em vulguin fet la pilota. No, ensenyem el que tens i jo dic si m'agrada o no. I va ser una persona que ens va obrir les portes com si res, si voleu mirar, mireu, si voleu fer, feu, desfeu. Ens va ensenyar tots els espais possibles que hi havia... No sé, va ser molt transparent, em va donar molta confiança. I sí que és veritat que la masia és preciosa.

Sí la veritat és que impressiona bastant, els espais. Traient la part del final que sembla més una nau industrial... Tota la resta és molt maca, el pati interior... És molt maco aquell lloc. A més és com el que buscàvem, és proper a la gran part de la gent que vindrà, així que... Tot estava bé. També la flexibilitat que puguis escollir el que vulguis està molt bé.

24. Vau demanar a Campau que us facilitessin/recomanessin algun servei (hotel, autocar, dj, càtering...).

Sí, li vam preguntar per càterings. Ens va dir que quan tinguéssim els contracte firmat ens donaria una llista. Però ens va dir que no perquè tinguessin associat res, sinó perquè... Hi ha una persona, que normalment és ella, però que intenta estar present el dia del casament i... Teòricament ella ens va dir que ens diria els càterings que creu que ens agradarien més per la nostra manera de ser. Fa el treball també de conèixer-te una miqueta i veure doncs... Ets més cuina moderna, ets més cuina tradicional... Llavors, vulguis que no, està molt bé. De fet ens va recomanar un que és el que ens hem quedat.

25. Ara un parèntesi molt gran. Ara fent entrevistes se m'ha ocorregut una pregunta que potser no té res a veure però potser a mi em pot ajudar. El vestit de núvia, quan es comença a mirar?

Val, això és difícil. Hi ha gent, que se'l mira fa un any, jo no. És a dir, jo fa... La setmana abans que ens tanquessin a casa. Farà un mes. (Cinc mesos abans del casament). Sí que és veritat que tothom em deia 'fas tard, fas tard'. Tothom em va engoixar moltíssim, vaig passar molt. Sí que és veritat que jo sempre havia pensat que quan em casés ho tindria tot súper (organitzat i previst)... però no, gens. Amb això sí que t'agafes dos o tres llocs, perquè vas amb cita prèvia, no és com... me'n vaig de compres...

25. Per acabar, algun inconvenient que li vau trobar a Campau? (Preu fora del pressupost, atenció al client, espai...)

Sí, la nau d'avall, penso que la masia és molt rústica, té un encant preciós... Tens les oliveres que són increïbles... Tens espais que són molt macos, molt rústics, com molt romàntics saps i... arribes avall i, per mi, és la meva decepció de la masia. Sí que és veritat que tens un 'pla b', la gent que es casa normalment si busques el càterring, tothom et diu el mateix, intentem un lloc, on, si ho vols fer, nosaltres ho fem en un espai obert, que això també era un punt molt a favor de la masia, que tens molts espais que et donen a escollir. Però sí que és veritat, que a mi em va enamorar, jo ho vaig mirar tot, l'ala, l'interior, el pati, és tot preciós i vaig arribar avall i vaig pensar 'no'. És a dir, que aquell dia no plogui. Si em mullo més igual, la veritat. Som jo i ell el que és important aquell dia, però sí que vaig pensar, la llàstima és que si plou, ho he de fer aquí. És la decepció que hauria d'haver sigut un espai molt més rústic no tant d'alumini, tant ferro. És molt fred, trenca molt l'estètica general de tota la casa.

Per exemple, nosaltres vam entrar al pati que hi ha dins, petitó de les dues portes i és preciós, és a dir, sense res, completament buit, ja tens un encant... Fora tens les palmeres... Tenen el seu encant. La casa és molt rústica, inclús la cuina de dins, el lavabo. L'entrada principal que pugen les escales que van al rebedor, també. És tot molt maco, el joc de llums que tenen, es poden pujar, baixar... Fan un caliu súper

maco i, quan arribes avall... Això va ser el que em va decebre com a punt en contra. Que he escollit la masia, eh.

28. En una frase com descriuries Campau a un amic o familiar?

Diferent, té un encant característic. No és una cosa en concret, sinó que és tot el conjunt. On està localitzat, el tipus d'arquitectura que té. També les flors, perquè és preciós. És com, molt caliu. És diferent, jo crec que la casa és molt diferent d'altres cases que hem vist. Per molt que siguin rústiques, aquesta té un punt de diferència. També és molt maco allà on fas l'aperitiu, que tens les palmeres. El fet d'estar en una masia rústica però a la vegada com que veus totes les vinyes, és com estar dins del teu territori. És com sentir-te a casa, com el caliu de casa.

Entrevista Natàlia: respostes transcrites

1. Parla'm una mica de vosaltres, a què us dediqueu, quina edat teniu...

Jo en tinc 44, tinc dues perruqueries, sóc estilista. Tinc dos fills, una nena de 9 un nen de 19, ja. I la meua parella, el Xavi, té una empresa de distribució de begudes i té també dos fills, una nena de 10 i un nen de 15 i té 45.

4. Quan us caseu?

Setembre 2020

5. Nombre de convidats al casament?

Serem 100, entre 90 i 100.

6. Civil o església? En cas de ser per església, a quina va ser la cerimònia?

Ens casem per civil.

7. Quin estil de boda buscàveu? Quina imatge volíeu que tingués?

Com que no volíem convidar a molta gent, sinó només la gent que realment volem que estigui, és a dir no volem compromisos ni res, doncs volíem una cosa petita,

teníem clar que no volíem una cosa gran així molt ostentosa ni molt... Volíem una cosa càlida, una cosa que fos, no sé, més personal. I bé, a Campau ho vam trobar. Perquè aquell pati, quan el vam veure vam dir, 'és això el que volem'. Una cosa petita que tothom pugui estar... A més a més la boda la farem tipus còctel, volem que sigui molt interactiu que tothom estigui amb tothom. Que la gent no estigui en una taula 10 persones.

8. L'espai, buscàveu alguna cosa com Campau o simplement estàveu oberts a diferents estils? (buscàveu una masia, fos urbanita i moderna o rústica i rural. Estàveu segurs que volíeu una masia rústica, donava igual quin estil tingués la masia... No era necessari que fos una masia...)

No, havíem pensat també unes caves, per exemple. El que passa és que, del que vam veure, que no és que vam veure gran cosa, eh, abans, realment vam veure una altra masia, que no ens va agradar i vam veure Campau. Vam veure algunes caves, així per fotos... Online, i no ens convencia perquè era fred i quan vam veure Campau és que ja ho vam tenir claríssim. No vam veure gran cosa més, vam veure una altra masia i Campau. I coses que vam veure per fotos, però com que ens vam decidir doncs ja no vam mirar més.

9. Parleu-me una mica de vosaltres, aquest estil s'identifica amb la vostra personalitat? Com us descriuríeu? Quins són els vostres hobbies?

Som molt esportistes, fem molt d'esport, nosaltres fem bici de carretera, també correm per muntanya, llavors ens encanta la muntanya... I això és una cosa que teníem clar, vam dir de casar-nos que teníem clar que fos al Penedès i que fos, si podia ser, en un entorn, de vinyes, de natura així, bé una mica com Campau.

10. Perquè d'on sou?

Vivim a Vilafranca. Però no som d'aquí de tota la vida, però vivim a Vilafranca.

10. Decidiu casar-vos. Teníeu ajuda (wedding planner)?

Bé, nosaltres el càtering, que al final ens hem quedat el càtering de la masia, que és el Caelum càtering, que porta la noia que es diu Anca, que viu allà, la masovera. Bé,

doncs, ella s'encarrega de tot, realment nosaltres hem de fer el mínim, perquè ella s'encarrega de tot, els timings, de dir-nos com va això, de la decoració, de... S'encarrega de tot. Llavors no hem tingut que... Jo vaig anar a mirar el vestit i el Xavi ha d'anar a mirar el seu i poca cosa més.

També volem una cosa bastant simple, no volem un 'bodorrio' allò... Súper... Que estigui carregat de coses, la decoració, la que ella ens digui, a nosaltres ja ens està bé. Penso que és tot bastant simple, però, vull dir, que s'encarrega el càterring realment.

11. Llavors a l'Anca no la coneixíeu abans, o va arribar a Campa per la Masia?

No, vam conèixer a l'Anca per la masia.

12. Quan va decidir casar-vos el primer que va fer va ser buscar el lloc? O va ser una altra cosa?

Doncs, el primer va ser buscar el lloc i, un cop vam tenir el lloc, vam mirar el càterring, que nosaltres en principi, teníem clar que volíem un altre càterring, perquè és un amic del Xavi i ell té un càterring. Però, a mesura que vam anar parlant amb el càterring, no estàvem contents en res. I al final, vaig parlar amb la Glòria, li vaig dir 'Glòria recomanem altres càterings perquè no acabem d'estar contents, pensàvem una cosa i, bé...' El que passa, que quan més amics, et vas aguantant et vas aguantant i al final jo li vaig dir 'escolta'm, jo no estic tranquil·la i no, passo de pagar una pasta com és un càterring i que no estigui contenta'. Llavors, ella em va recomanar tres càterings, que entre ells estava el de l'Anca, i jo vaig mirar dos, perquè el tercer no em van agafar el telèfon, no vaig poder parlar amb ells i, entre aquests dos, primer vaig quedar amb l'Anca i, ens va passar una mica com amb la masia. Vam quedar tan contents, tan contents que al segon els vaig trucar i els hi vaig dir que finalment ens havíem decidit per aquest i que ja no anàvem ni a l'entrevista perquè ja ens havíem quedat molt contents. Però el primer va ser el lloc, un cop teníem el lloc, ja ens vam posar amb el càterring.

13. Abans també m'has mencionat això de buscar el vestit de núvia. Quan el vas començar a buscar, és una cosa que es comença a buscar de seguida o es comença a buscar més tard.

Jo no sé, des de que el Xavi em va regalar l'anell, per Sant Jordi, justament de l'any passat. Allò que et poses a mirar per 'Insta' i clar, et comencen a bombardejar de tot arreu, cada cop que tu li dónes a 'me gusta' d'una foto de vestit de núvia, t'escriuen. Et bombardegen. Llavors, jo em vaig decidir per una botiga, que es diu 'El Atelier de la Novia' que està a Esplugues i, em van donar cita i, jo tenia cita a dos o tres més. I era el novembre i vaig dir 'home vols dir al novembre, és que em caso al setembre, falta molt', i em va dir 'sí, sí, millor que miris amb temps perquè hi ha vegades que trobes el vestit de seguida i hi ha vegades que no'. Jo tenia molt clar, molt clar, molt clar el que no volia. És a dir, el que volia no ho tenia tan clar, més o menys si, però sobretot, el que no volia. No volia un vestit ni pompós, ni amb molta cosa, ni carregat ni res, i llavors també, vaig anar allà i el primer dia ja ho vaig trobar. Vaig fer la reserva i ja està, ja ho tinc. Llavors ara, en teoria, al juny o al juliol he d'anar ja a fer-me les primeres proves definitives.

14. Quan vau començar a mirar la localització? (Quants mesos abans).

Jo recordo que a la masia vam anar a l'estiu, perquè feia calor, o era entre temps. Igual no feia calor, calor, però... Igual era al setembre, una cosa així. Vam anar i... sí perquè me'n recordo que ens van deixar anar a veure un muntatge d'una boda que tenien un dissabte, així que calculo que seria al voltant de setembre. (Un any abans). Perquè això sí que era el que tothom ens deia, que havíem de mirar el lloc amb temps perquè els llocs volen. Perquè a més, solament tens dos dies per casar-te a la setmana, generalment. Divendres i dissabte. De fet quan vam anar la Glòria ens va dir que tenia una parella pendent de confirmació pel dia quatre i, finalment, com que nosaltres els hi vam dir primer que sí, doncs, qui diu primer és el que s'ho queda.

15. Quants llocs, a més de Campau, vau mirar?

Sí, vam mirar una altra masia.

16. Per on vau trobar els altres espais? (Portals, boca-orella, web, xarxes socials, blogs...)

Sí, poses a Google, llocs per bodes i llavors, ja t'envien o a bodas.net, o a llocs així, llavors tu poses la zona on tu vols i ja, més o menys et surten tots. I clar, ja anàvem descartant perquè hi ha llocs que són molt bonics, però que són molt grans, així molt... Amb uns jardins molt enormes i clar, nosaltres això no ho volíem perquè no som molta gent. I llavors, anàvem descartant.

Vam anar a veure una masia perquè m'ho va recomanar una amiga meva, que em va dir que era molt bonica però a nosaltres no ens va agradar, no ens va agradar gens a cap dels dos. I, la masia Campau, va ser... No sé si em sortia als portals. Però m'ho van recomanar dues clientes de la perruqueria. Ho vam mirar per la pàgina web i ja ens va encantar per les fotos i quan vam anar, ens va encantar el doble.

No ho coneixíem nosaltres i, mira que passem per davant mil vegades amb la bici, perquè és una de les carreteres que fem anar. I sí que veus la masia, però realment la masia des de fora o li fa justícia a com és per dintre. Quan la veus per la carretera no sembla tan maca.

17. La masia aquesta que m'has dit que no us va agradar, perquè va ser? Quins van ser els factors que us van tirar enrere?

Era la masia de Torres. Llavors, per començar, com té dit, el Xavi té una empresa de distribució de begudes, és el distribuïdor oficial de Heineken, de Sweeps, de vins de Codorniu. Llavors, nosaltres la beguda, teníem clar que la portàvem nosaltres, de l'empresa del Xavi. Llavors buscàvem un lloc que ens deixessin. A més a més, com nosaltres buscàvem que volíem un càtering nostre, també el que nosaltres volguéssim. Necessitàvem un lloc que només ens lloguessin l'espai i que no ens obliguessin. Clar, en el cas d'aquesta masia, ens obligaven a quedar-nos el seu càtering i els seus vins. Després, no ens va agradar gens ni l'espai, ni la decoració, les taules, les cadires que tenen. No ens va agradar. Després, com que no estava res clar, ni els preus, ni els menús. Clar, no podies tu escollir unes coses, sinó que, és això el que hi ha i, si t'agrada bé i si no, també.

18. Com vau contactar amb Campau? (Portal, telèfon, email web...)

Vaig enviar un mail. Llavors, ens vam donar els telèfons amb la Glòria i ja contactàvem per WhatsApp i ja, de seguida, vam quedar un dia per veure la masia. I ja, només veure i conèixer-nos va haver-hi molt *feeling*. De seguida ens va agradar, tan ella, com l'espai, com tot el que ens oferia.

Bé, vam negociar una mica el preu, que ens va semblar una mica car, el lloguer de l'espai, vam trobar alguna cosa que no quadrava i ho vam parlar amb ella perquè... Ella ens va dir un preu, que eren 3.500 més IVA, això només per llogar l'espai de deu del matí, a tres de la matinada. Llavors, allò que parlant, parlant, li vam dir que nosaltres ens casem en divendres no en dissabte. Llavors ens va dir, 'si és en divendres són 3.000 més IVA'. Pot ser que li passes per alt i ens donés el preu de dissabte, val no li vam donar importància. Però quan jo vaig parlar amb aquestes noies, que em van recomanar, doncs va sortir el tema preu i clar, una no sabia el que costava perquè s'havia casat una amiga, però l'altra s'havia casat ella mateixa, i em va dir 'ostres, però és que em sembla caríssim perquè jo em vaig casar amb dissabte un any abans, i em va costar 2.000 + IVA'.

Vaig parlar amb l'altra noia i també li vaig dir 'escolta t'importaria preguntar-li a la teva amiga quan...' I em va dir el mateix, que li havia costat aproximadament uns 2.000 més IVA. Llavors, jo li vaig trucar i li vaig dir 'mira Glòria és que tenim un dubte i ens encanta l'espai i tenim clar que voldríem aquí, però un altre lloc, que a nosaltres ens agradava molt era, el Castell de Tamarit i, ho havíem descartat perquè pensàvem que era caríssim, i resulta que el lloguer de l'espai és més barato el de Tamarit que Campau'. I li vam dir que 'nosaltres voldríem aquí, però és que ens costa més barato a Tamarit que és un lloc preciós i espectacular també, jo he parlat amb aquestes dues persones i m'han dit això'. I llavors, la Glòria em va dir que 'és veritat, el preu que cobràvem l'any passat és aquest que t'han dit, però com que hem fet moltíssimes obres a la masia, doncs hem hagut de pujar'. És a dir, ella va ser súper sincera. I em va dir que, com que ella veia que nosaltres volíem, doncs que faria un esforç i que ens deixaria el preu antic però de dissabte, que són 2.500 més iva. Va ser l'única petita cosa que al principi no acabava de quadrar.

19. Abans de visitar la masia, vau mirar la web, Instagram, reviews, us van passar fotos directament? Què us va semblar? Quin perfil d'Instagram vau mirar?

Una de les noies aquestes em va enviar l'enllaç, que suposo que et portava a la web, sortien unes fotos que es veien els patis, els jardins... Es veia una mica l'entorn de fora... I ja ens va agradar molt veient les fotos.

Ja quan vaig contactar amb la Glòria i vam anar a visitar la masia, ens va passar l'Instagram de @campauevents i l'altra, que bé, a l'altra no tenen cap cosa, però el de @capauevents sí que es veu la masia quan fan bodes, i allà es pot veure bé. El dia que m'ho va donar es va veure tot, sí.

20. En visitar Campau, us va sorprendre? Esperàveu més, menys, era tal com us ho imaginàveu? Quina va ser la vostra primera impressió?

Home, ens va agradar més en persona. Ens va encantar. El baluard, l'entrada, el pati dels arc també ens va enamorar als dos. Mira que quan entres, que entres pel camí i tal, penses que el camí està una mica així, que suposo que el dia de la boda, és veritat que posen llumetes i tal, però estava una mica... Però quan vam arribar i vam veure el Baluard, ens va enamorar. I clar, després vam veure les xarxes socials, l'Instagram, veiem el Baluard decorat. Clar, nosaltres per exemple, ens casem al Baluard perquè ella ens deia, 'hi ha molta gent que es casa a sota l'olivera'. Però nosaltres hem escollit el Baluard.

21. Abans d'escollir que Campau era el vostre lloc, estàveu indecisos entre diferents llocs? A l'hora d'haver d'escollir, que vau fer?

Després de visitar Campau, que era el segon lloc, ja no vam visitar cap lloc més. Perquè ja ens va agradar tant, que no. Vaig trucar, sí que vaig contactar per mail al Castell de Tamarit que em van arribar a passar pressupost i tot, però, una mica és el mateix, no pots portar el teu càterring, allà està tot molt tancat i molt hermètic, que és veritat que el càterring d'allà és molt bo, perquè hem anat a bodes, però, són bodes molt impersonals, tu allà no pots fer res, no pots variar pràcticament res. Si has anat a tres bodes allà, saps com serà la teva perquè tot és igual, la decoració és igual i...

El tema còctel, allà no ho tenen tant per la mà i no ho acostumen a fer molt. I nosaltres no volem banquet i, mira que és més car còctel, perquè necessites més cambrers. Però, és que no ens agrada la idea d'estar tots asseguts.

22. Llavors, com és què vau decidir no anar a visitar el castell de Tamarit. Sí que és veritat que teníeu aquests problemes però igualment, si us agradava tant...

Sí, però com que ja ens va agradar molt la masia. També el Xavi tenia una mica de... A ell li feia molta il·lusió, a mi també eh, vull dir, que ja des d'un principi el fet de casar-me al Penedès em feia il·lusió però a ell, molt més. Després, un amic nostre, s'havia casat també al setembre al Castell de Tamarit i ell deia; 'ostres, és que és com... S'ha casat ara aquest amic i ara és com si ens caséssim allà...' Jo li vaig dir que era una tonteria perquè es casa un munt de gent al Castell de Tamarit, no ens casem perquè es casa ell. Però, era com que a ell això li tirava una mica enrere. No li feia tanta il·lusió. I, com que la Masia Campau ens va agradar tant als dos, doncs ja vam descartar de mirar res més.

23. Abans de decidir-vos per Campau definitivament, us ho vau haver de pensar molt? Vau haver de valorar algunes coses, a part del preu?

Pel preu, que ho vam renegociar i finalment, clar al final et tira molt més el que t'agrada i el preu. Perquè sí que és veritat que hi havia caves que nosaltres no les vam arribar a visitar però, aquest noi que ens havia de fer el càtering primer, ell acostuma a fer esdeveniments a moltes caves i ell ens deia que per 1400/1500 hi havia. Però clar, sí, són mil euros menys, però si no t'agrada l'espai i no estàs còmode, mil euros, quan et gastaràs 20.000, perquè una boda t'acaba sortint això, no crec que sigui significatiu. A veure sí, són diners i molts. Però al final ens importava molt el lloc. Ho sigui, el més important és el lloc i el càtering, les altres coses, mira podem, rascar d'aquí i d'allà. Però, això sí que era important que ens agradés. Llavors, ja no vam mirar més. Bé, vam discutir amb ella el preu, ens va baixar una mica i ja vam dir va, no li rascarem més. A més, la propietària és la seva mare... També ella ens va dir que la masia ella la lloga de deu a tres però que això mai és així, que són bastant flexibles amb això. Després també tens la caseta que et donen pels nuvis, per quedar-te a dormir, amb

l'esmorzar l'endemà... Un detall que segurament està més que pagat, però, és un detall que està bé.

24. Què us va portar a decidir que Campau era el vostre lloc ideal i no un altre dels que havíeu visitat? Quins van ser els factors finals que van influir a la decisió de fer la celebració a Campau?

Espai, llibertat per escollir i el tracte amb ella, és una persona molt afable, un tracte molt proper. Això també ens va fer sentir molt bé, el fet que veies que ella no et volia vendre la masia, sinó que ella realment la masia se l'estima i t'ho transmet. Així com a la masia interior, la noia que ens ho va ensenyar, s'estimarà la masia perquè treballarà allà i tot el que vulguis, però es notava que ens la volia vendre, és normal, és la seva feina però era diferent.

25. Quants mesos després de contactar amb Campau va donar la resposta final que volíeu casar-vos allà?

Dir-li que sí, li vam dir de seguida. Pot ser a l'octubre o una mica abans i al novembre vam formalitzar el contracte.

26. Vau demanar a Campau que us facilitessin/recomanessin algun servei (hotel, autocar, dj, càtering...).

Ella et diu quins fotògrafs té. Però el fotògraf sí que l'he buscat jo. L'altra cosa que ens va dir l'Anca que no entrava en el preu del càtering. Perquè tot entra en el preu, que entra decoració, tota la feina. Però a part, tens els fotògrafs i el dj. Llavors el dj sí que ens l'ha recomanat ella.

27. Algun inconvenient que li vau trobar a Campau, a part del preu?

Una mica el que té dit, l'entrada. Que no... No està compensada amb el lloc, quan entres allà penses, uf, aquest camí. I el preu, que trobo que és una mica excessiu. El lloc és espectacular i el que vulguis però trobo que és excessiu. Però, al final jo l'he pagat. L'entrada jo sí que l'arreglaria.

28. En una frase com descriuries Campau a un amic o familiar?

Com un espai únic, perquè realment, he vist masies, però que tinguin aquest encant com té Campau, poquetes. És especial. Perquè té una mica tot, la part de dins, la de fora, les parts de dins de la casa també són espectaculars, la bodega. Té una bodega maquíssima.

Entrevista a Sonia: Respostes transcrites

1. ¿Cómo se llama tu pareja?

Jordi

2. ¿Me podrías decir de donde sois, Cuantos años tenéis y a que os dedicáis?

Yo me llamo Sonia, tengo 50 años i soy de Alemania. Originalmente vengo de Austria, pero me mudé a Alemania con 4 años y con 29 vine aquí y ya llevo 20 años. Jordi, en cambio, es de Cataluña, concretamente de Barcelona. Él tiene 45 años.

3. ¿Y a qué os dedicáis?

Mi empresa es Colt, que es una empresa de IT. Vendemos acceso a internet, como telefónica, por ejemplo. Jordi, está en servicio al cliente en otra empresa de IT, proporciona varios servicios, como técnico de usuarios.

4. ¿Cuántos invitados teníais en la boda?

Teníamos unos cien más o menos.

5. ¿Os casasteis por vía civil...?

Sí.

6. ¿Hicisteis toda la ceremonia en Campau?

Sí, todo lo hicimos allí.

7. Gloria me comentó que os casasteis el año pasado. ¿Recuerdas qué mes fue?

Julio.

8. ¿Cuándo os decidisteis casar, buscabais algún estilo de boda en concreto?

Yo tenía una idea, Jordi no lo se. Yo pensaba en una boda más en la playa, lo que pasa que luego nos dimos cuenta de que en la playa es un poco difícil. Entonces buscamos otras opciones por bodas.net.

9. Ósea que en principio tu idea era casarte en la playa.

Sí.

10. ¿Y el hecho de escoger la masía fue como segunda opción o fue a base de buscar cosas i agotar todas las opciones?

No era la segunda opción. Queríamos una boda romántica, donde nos encontrásemos cómodos. Yo tenía muy claro que fuera una masía donde la boda pudiera ser fuera, al aire libre. Vimos otras masías, muy chulas también, pero que celebraban las ceremonias dentro en plan discoteca. Y eso a mi no me gusta.

11. ¿Vivís en Barcelona?

Sí.

12. ¿Y cuáles son vuestros hobbies, os gusta la naturaleza, por ejemplo?

Nuestros hobbies son ir de excursiones, descubrir nuevos sitios, naturaleza, el mar, la montaña, jugar al bádminton y cosas más familiares.

13. ¿Teníais una *wedding planner* que os ayudó a planear la boda o lo hicisteis todo vosotros?

Teníamos un catering. Forevents, que nos ayudaron mucho a organizar y a decorar.

14. Cuando uno se decide casar ¿Por dónde se empieza a mirar y a organizar?

Empezamos a mirar sitios. Un año antes empezamos a buscar. Sabíamos que queríamos casarnos por la zona de Comarruga, porque tenemos un apartamento ahí, y mi familia podía alojarse allí. También tenemos familia en Tarragona, así que aquella zona era perfecta.

15. El tema del vestido de novia ¿Lo miraste en seguida o más tarde?

Empecé creo un poco pronto, porque vinieron mi madre i mi tía y aproveché para mirar vestidos, pero el vestido definitivo lo miré más tarde, en octubre/noviembre.

16. ¿Entonces lo primero fue el espacio?

Sí.

17. A parte de Campau ¿Cuántos lugares más mirasteis antes de decidir?

Yo diría que unos 7 u 8.

18. ¿Y los mirasteis online? ¿O los fuisteis a visitar?

Los fuimos a visitar. Lo hicimos cuando estuvimos de vacaciones y aprovechamos para ver sitios.

19. Y entonces, ¿Cómo encontrasteis todos estos sitios?

Por bodas.net, primeramente. A través de esta web encontramos *nuestro wedding planner* y entonces Campau lo encontramos a través del *wedding planner*. Fue un poco así: fuimos a una masía que permitía celebrar la boda al aire libre, y nos gustó mucho. Pero el precio era muy alto porque ellos vendían la masía por invitado, con un mínimo de 80 invitados. Esto subió mucho el precio.

Luego encontramos otra masía, que también nos gusto mucho. Pero en este caso sólo vendían la masía. Nosotros necesitábamos un catering también. Así que buscamos un catering. Una vez lo encontramos nos dieron tres otras opciones donde

celebrar la boda con un precio parecido. La diferencia era que en estas tres masías no nos cobraban las luces. Una de estas tres masías era Campau.

20. ¿Ósea que fue el catering que os enseñó Campau?

Exactamente.

21. ¿Y estaba Gloria allí al visitar la masía?

No estaba Gloria, estaba Anca.

22. ¿Y el catering contacto con Campau para preparar vuestra visita?

Exactamente.

23. ¿Antes de ir a Campau os enseñaron fotos?

Sí.

24. ¿Recuerdas si también os enseñaron el Instagram o la pagina web?

No, esto no.

25. ¿Cuál fue tu primera impresión de Campau?

Nos gustó mucho.

26. Al visitar tantos sitios, ¿estuvisteis indecisos?

Un poco pero no mucho.

27. ¿Cuál eran los pros y contras de Campau, en relación con los otros sitios?

Había otro sitio que me gustó mucho. Que era Torra Vergues, que es un edificio impresionante. Parece un castillo. Por dentro es muy chulo. Y tiene un jardín enorme. De todas maneras, no es tan bonito como Campau.

Al final nos decidimos por Campau, ya que mi familia lo tuvo claro desde el principio.

28. ¿Cuáles fueron los puntos clave que hicieron que os decantarais por Campau?

El precio era un factor. Pero también era el que más nos gustó a todos.

29. Me has dicho que empezasteis a buscar el espacio un año antes. ¿Cuándo tardasteis en decir “sí” a Campau después de visitarlo?

Uno o dos días máximo, fue muy rápido.

30. ¿Le encontraste algún inconveniente? ¿Crees que hay algo que mejorar en Campau?

A mi no me fallo nada, estuvimos muy a gusto. La boda estuvo genial y todos los invitados estaban encantados. Calidad y precio fue perfecto. Pero he de decir que el espacio nuevo no está mucho en sintonía con el resto de la masía. Es lo único en lo que para mi falla un poco. Pero nuestra boda fue perfectamente y estamos súper contentos.

31. ¿Y ahora que ya te has casado, recomendarías Campau para otra boda u otro evento?

Sí claro que sí.

32. ¿Cómo describirías Campau a un amigo o familiar?

Un espacio mágico. Fue súper especial para nosotros.

33. Si ahora fueras al pasado ¿Volverías a escoger Campau?

Sí.

Preguntes base a wedding planners:

Introducció: Què fa una event planner i com s'organitza una boda

1. En què consisteix la feina d'una event planner?
2. A més de bodes, organitzes algun tipus d'esdeveniment més? Quins?
3. Quins són els passos a seguir quan s'ha d'organitzar un casament?
4. I en altres esdeveniments, si n'organitzes?
5. L'espai, quina posició ocupa en el rànquing de prioritats en una boda?
6. I en un altre tipus d'esdeveniment?
7. El vestit de núvia, és una de les primeres coses què es fa? Quan es comença a mirar?

Esdeveniments: respondre en cas que organitzis esdeveniments que no siguin casaments

8. Tens empreses com a clients?
9. Si és el cas, quin tipus d'empreses són (grans, petites, noves amb un funcionament innovador...)

10. Aquestes empreses, què busquen. Què volen fer i quina classe de llocs busquen?

11. Has portat alguna empresa a Campau. De què est tractaven els esdeveniments?

Opinió personal sobre Campau

12. Com vas trobar/conèixer Campau? (Pàgina web, portals, boca-orella...)

13. Vas visitar la masia abans d'ensenyar-la a algun client?

14. Com vas contactar amb Campau?

15. Quina va ser la teva impressió en veure Campau per primer cop?

16. Quins factors et van fer decidir que podies ensenyar Campau als teus clients? (Punts bons)

17. Quins problemes o inconvenients li trobes a Campau?

18. Alguna proposta de millora per Campau? (En l'àmbit logístic, espais, de comunicació, web, xarxes socials...).

Casaments a Campau

19. Com són els teus clients que es casen a Campau? Edat, classe social, personalitat?

20. Quina mitjana de pressupost tenen?

21. Quants convidats acostumen a tenir?

22. La majoria es casen per via civil o església?

23. Busquen un estil de boda concret o es deixen guiar per tu?

24. Si és així, com decideixes l'estil, per la seva personalitat, gustos?

25. Quines són les seves principals inquietuds?

26. Amb quanta antelació es comença a mirar espais?

27. Els hi ensenyes molts espais?

28. Els hi ensenyes fotografies abans que vagin a visitar-la? Els hi dius preus?

29. Què passa quan els hi ensenyes Campau als teus clients? Quines són les impressions? Els hi sorprèn la masia? Esperen més, menys...?

30. Els hi costa decidir-se a l'hora d'escollir l'espai?

31. Quins són els factors principals que valoren?

32. Dels teus clients als quals els ensenyes Campau, quin percentatge creus que es queda amb la masia?

33. Què els porta a escollir finalment Campau?

34. I els que no es queden amb ella, quines són les raons principals?

35. Quins inconvenients li troben a Campau?

36. Finalment, les parelles, acaben satisfetes amb Campau?

Entrevista a Laia Tuset de La Salvaje (wedding planners): Respostes escrites per ella

Introducció: Què fa una event planner i com s'organitza una boda

1. En què consisteix la feina d'una event planner?

Consisteix a organitzar tot l'esdeveniment.

2. A més de bodes, organitzes algun tipus d'esdeveniment més? Quins?

Sí, organitzem qualsevol mena de celebració. Aniversaris, bridals, baby showers, shootings per donar a conèixer la marca, events d'empresa ja siguin de formació, per incentius, reunions internes...

3. Quins són els passos a seguir quan s'ha d'organitzar un casament?

Normalment ens solen contractar amb un any d'antelació, es fa una primera entrevista i a partir d'aquí es fa una planificació de totes les necessitats de la boda amb timings.

4. I en altres esdeveniments, si n'organitzes?

L'actuació vindria a ser la mateixa en qualsevol mena d'esdeveniment.

5. L'espai, quina posició ocupa en el rànking de prioritats en una boda?

Per a nosaltres vindria a ser el més important junt amb el càtering i el que abans s'hauria de contractar, és molt important que l'espai vagi acord amb la personalitat i l'estil de la parella.

6. I en un altre tipus d'esdeveniment?

En aquest cas seguim criteris una mica més pràctics i que reuneixin les necessitats pròpies de l'esdeveniment.

7. El vestit de núvia, és una de les primeres coses què es fa? Quan es comença a mirar?

No és de les primeres coses que es mira però si és aconsellable mirar-lo abans dels 6 mesos de la data.

Esdeveniments: respondre en cas que organitzis esdeveniments que no siguin casaments

1. Quins tipus d'esdeveniments has organitzat?

Aniversaris, bridals, baby showers, shootings per donar a conèixer la marca, events d'empresa ja siguin de formació, per incentius, reunions internes...

2. Tens empreses com a clients?

Sí.

3. Si és el cas, quin tipus d'empreses són (grans, petites, noves amb un funcionament innovador...)

Són departaments d'empreses grans normalment i d'altres empreses més petites però que tenen la capacitat com per a fer activitats fora de l'àmbit de treball.

4. Aquestes empreses, què busquen. Què volen fer i quina classe de llocs busquen?

Depèn molt del que vulguin fer, no és el mateix una reunió de vendes que un dia de cohesió d'equip, així que els hi busquem el que convingui.

5. Has portat alguna empresa a Campau. De què es tractaven els esdeveniments?

No hem tingut l'ocasió.

Opinió personal sobre Campau

6. Com vas trobar/conèixer Campau? (Pàgina web, portals, boca-orella...)

Va ser fent cerca d'espais i mirant la web.

7. Vas visitar la masia abans d'ensenyar-la a algun client?

Si vam visitar-la sense els clients.

8. Com vas contactar amb Campau?

Vaig trucar directament al número de contacte de la web.

9. Quina va ser la teva impressió en veure Campau per primer cop?

La impressió va ser molt bona perquè integra la natura amb la innovació del disseny modern.

10. Quins factors et van fer decidir que podies ensenyar Campau als teus clients? (Punts bons)

És un lloc tranquil, sense problemes de contaminació acústica perquè està allunyat de la població, és molt versàtil, té diverses propostes per poder celebrar tant grups petits com grans, i d'estil més rústic xic o estil industrial, a més a més reflexa molt el nostre estil.

11. Quins problemes o inconvenients li trobes a Campau?

La manca de tenir una piscina i allotjament faria que pogués ser un inconvenient per a certs clients.

12. Alguna proposta de millora per Campau? (En l'àmbit logístic, espais, de comunicació, web, xarxes socials...).

Milloraríem el tema de la comunicació.

Casaments a Campau

13. Com són els teus clients que es casen a Campau? Edat, classe social, personalitat?

Els nostres clients que tenen com a preferència Campau per a celebrar la seva boda són mitjana edat amb una personalitat molt fresca amb mirada en l'actualitat i de classe social mitja/alta.

14. Quina mitjana de pressupost tenen?

30.000€ cap amunt.

15. Quants convidats acostumen a tenir?

Entre 100 i 120.

16. La majoria es casen per via civil o església?

Per via civil.

17. Busquen un estil de boda concret o es deixen guiar per tu?

Solen tenir preferències però normalment deixen que nosaltres els inspirem amb les nostres propostes.

18. Si és així, com decideixes l'estil, per la seva personalitat, gustos?

Sí, per la personalitat, gustos, pressupost, preferències i necessitats.

19. Quines són les seves principals inquietuds?

El càtering juga un gran paper perquè sempre tenen por que no estigui a l'altura, que els hi quadri tota la part econòmica sense que se'ls en vagi de pressupost i reflectir la personalitat.

20. Amb quanta antelació es comença a mirar espais

Amb 1 any d'antelació i a vegades abans.

21. Els hi ensenyes molts espais?

No, un cop sabem què volen, els hi oferim uns 3 o 4 espais, si cap d'aquests els hi acaba de convèncer, els hi ensenyem algun més, tot que no sol passar.

22. Els hi ensenyes fotografies abans que vagin a visitar-la? Els hi dius preus?

Com ja sabem abans el pressupost per a la localització, només els hi ensenyem fotos.

23. Què passa quan els hi ensenyes Campau als teus clients? Quines són les impressions? Els hi sorprèn la masia? Esperen més, menys...?

Les impressions són molt bones, una bonica sorpresa.

24. Els hi costa decidir-se a l'hora d'escollir l'espai?

Sí, al ser el més important també és el que més els hi costa triar.

25. Quins són els factors principals que valoren?

Valoren molt que tingui 'opció B' pels dies de pluja i la distribució dels espais.

26. Dels teus clients als quals els ensenyes Campau, quin percentatge creus que es queda amb la masia?

Això no ho podem valorar, ja que fa molt poc que coneixem Campau.

27. Què els porta a escollir finalment Campau?

Que se senten amb sintonia amb l'espai.

28. I els que no es queden amb ella, quines són les raons principals?

No poder tenir una continuïtat de la celebració tot el cap de setmana.

29. Quins inconvenients li troben a Campau?

La mateixa raó que la pregunta anterior.

30. Finalment, les parelles, acaben satisfetes amb Campau?

No podem valorar.

Entrevista Rebecca de Barcelona Brides (Wedding Planners): Respostes transcrites

*La Rebecca es dedica a organitzar bodes de gent estrangera.

Introducción: Qué hace una *wedding planner* y cómo se organiza una boda

1. ¿En qué consiste el trabajo de una wedding planner?

Consiste en planificar la boda y todo lo que está relacionado con la boda... Hoteles, todo lo que necesitan los clientes de fuera.

2. Además de bodas, ¿organizas algún tipo de evento más? ¿Cuáles?

Sí, algún evento de universidades. Aquí en Barcelona hemos hecho fiestas tipo hindú, porque tenemos decoraciones hindú para fiestas temáticas. Y ya está, no hemos hecho otros tipos de eventos.

3. ¿Cuáles son los pasos que se tienen que seguir cuando se tiene que organizar una boda?

Son muchos pasos. Esto quizás te lo tendría que contestar con algunos documentos. Pero básicamente vamos paso por paso planificando todo lo que necesitan los novios. Tenemos una plataforma con los documentos y todo.

6. El espacio, ¿Qué posición ocupa en el ranking de prioridades en una boda?

El espacio es muy importante porque, sobre todo los novios que vienen de fuera, buscan sitios con mucho encanto, con historia, con vistas, con espacio exterior.

7. El vestido de novia, ¿Es una de las primeras cosas que se hace? ¿Cuándo se empiezan a mirar?

Sí, es una de las cosas que se miran normalmente al principio, porque a veces necesitan cambios. Sí, es una de las primeras cosas.

Opinión sobre Campau

8. ¿Cómo encontraste / conociste Campau? (Página web, portales, boca a boca ...)

No me acuerdo, pero lo tenía en alguna de mis listas. Creo que era de Google o de Bodas.net.

9. ¿Visitaste la masía antes de enseñarla a algún cliente?

No visité la masía antes de enseñarla y, de hecho, lo confirmamos con el cliente y yo no la había visitado. Pero había hablado con Glòria y me pareció buen sitio y le pareció bien al cliente y el precio también.

10. ¿Cómo contactaste con Campau?

Fue por correo o por WhatsApp o ambos.

11. ¿Cuál fue tu impresión al ver Campau por primera vez?

Me encantó, me pareció un sitio muy bien preparado. Tiene espacios perfectos para una boda, más o menos, de 80-100 personas. Es perfecto, el espacio exterior, incluso si llueve hay un 'plan b'.

12. ¿Qué factores te hicieron decidir que podías enseñar Campau a tus clientes? (Puntos buenos).

El precio, la ubicación, que no estaba tan lejos de Sitges, como se veía en las fotos...

13. ¿Qué problemas o inconvenientes le encuentras a Campau?

Ahora mismo no encuentro ningún inconveniente porque aún no he hecho ningún evento, pero no veo ninguno.

14. ¿Alguna propuesta de mejora para Campau? (En el ámbito logístico, espacios, de comunicación, web, redes sociales ...).

Creo que no, hasta que no haga una boda ahí no sabré muy bien. Quizás mejoraría el Instagram porque si llegan muchos clientes de fuera y, ... Más fotos, para entender mejor los espacios.

Bodas en Campau

15. ¿Cómo son tus clientes que se casan en Campau? ¿Edad, clase social, personalidad, lugar dónde viven?

Ellos vienen de Islandia, son jóvenes de unos 30 años, clase social media que trabajan ambos. De personalidad son muy divertidos, por ejemplo, van a hacer la luna de miel, bueno, tenían planificado, hacerla en el Primavera Sound. Todos los invitados, la mayoría son jóvenes, menos la familia. Son gente diferente, un poco, “quirky”, no se si sería la palabra. Pero tienen carácter, personalidad. Quieren un sitio diferente.

16. ¿Qué media de presupuesto tienen?

Tienen un presupuesto de 30.000€.

17. ¿Cuántos invitados suelen tener?

Estos tienen entre 80 y 100 invitados.

18. ¿La mayoría se casan por vía civil o iglesia?

Se casa por civil.

19. ¿Buscan un estilo de boda concreto o se dejan guiar por ti?

Buscan un estilo bastante concreto, ellos tienen sus fotos y sus ideas de cómo lo quieren. Me dejan aconsejarles algunas cosas, pero el diseño lo tienen más o menos claro.

20. Si es así, ¿cómo decides el estilo, por su personalidad, gustos...?

Sí, más por la personalidad, gustos. Ellos por lo que me dicen a mí al principio, intento sugerir cosas que les pueden gustar o músicos, catering. Lo que parece que encajaría con su personalidad y presupuesto.

21. ¿Cuáles son sus principales inquietudes?

Presupuesto y ahora el Coronavirus, eso es una nueva inquietud. También las distancias, que les preocupaba que fuera muy largo el viaje en autocar desde Sitges y no mucho más.

22. ¿Les enseñas muchos espacios?

Normalmente sí, les enseño una primera lista de 50 sitios y para mirar en persona quizás 8 sitios.

23. ¿Les enseñas fotografías antes de que vayan a visitarla? ¿Les dices precios?

Sí, les enseñamos.

24. ¿Qué pasa cuando les enseñas Campau a tus clientes? ¿Cuáles son las impresiones? ¿Les sorprende la masía? ¿Esperan más, menos ...?

Les encantó a los clientes, eran lo que esperaban y les sorprendió lo bonito que es.

25. ¿Les cuesta decidirse a la hora de escoger el espacio?

A veces sí les cuesta, a esta pareja no les costó mucho decidir. Lo tenían claro.

26. ¿Cuáles son los factores principales que valoran?

Presupuesto es sobre todo importante y distancia del aeropuerto.

27. De tus clientes a los que les enseñas Campau, ¿Qué porcentaje crees que se queda con la masía?

Es un porcentaje muy bajo porque quizás lo he enseñado a unos cinco, seis clientes en persona y una pareja se ha quedado con la masía. Pero, es por gustos, nada más.

28. ¿Qué les lleva a elegir finalmente Campau?

El encanto del espacio, la zona de la ceremonia, las fotos les terminó de convencer.

29. Y los que no se quedan con ella, ¿Cuáles son las razones principales?

Unos me dijeron que les pareció demasiado pequeño para un grupo de más de 100 personas y bueno, todo depende de la personalidad. Esto es difícil de generalizar.

30. Finalmente, las parejas, ¿terminan satisfechas con Campau?

Esto no te puedo contestar porque aún no he hecho un evento en Campau, pero ya te lo diré después.

Entrevista a Silvia de Fresh&Wood (wedding planners): Respostes transcrites.

Introducció: Què fa una event planner i com s'organitza una boda

1. En què consisteix la feina d'una event planner?

Traslladar totes les idees del teu client a una experiència, una experiència que és l'esdeveniment en sí i, que és una cosa en directe i és única i que hi ha d'haver una planificació al darrere i molta feina perquè surti bé. Només tenim aquesta oportunitat que és en directe com si fos el teatre, no podem repetir. Llavors, si vols t'especifico més, doncs, organitzar, buscar els proveïdors, fer *timings*, parlar amb els proveïdors, amb els teus clients, calcular pressupost...

2. A més de bodes, organitzes algun tipus d'esdeveniment més? Quins?

Estic molt enfocada en tema de casaments, però sí que és veritat que he organitzat per empreses o sopars d'aniversari... Com una mena de congrés però amb els treballadors, que fan presentació d'algun producte, alguna cosa d'aquestes, més petita però sí que eren amb empreses. O també *workshops*...

3. Quins són els passos a seguir quan s'ha d'organitzar un casament? I en altres esdeveniments, si n'organitzes?

Més o menys són les mateixes passes. Sí que és veritat que, amb les empreses, és un temps més reduït, normalment tens un mes o, depenent de l'esdeveniment que sigui. Jo que organitzo per exemple sopars o reunions o presentació de producte, tens molt poc temps per organitzar. A vegades són un parell de mesos i a vegades són menys. I amb els casaments tens molt més temps.

Passes en si serien; sempre fas una reunió prèvia, en la qual tu esbrines o preguntes què és el que volen, què necessiten, quin pressupost tenen, quan ho volen fer, on, si tenen alguna idea de l'estil que els hi agradaria... Fas un munt de preguntes per tenir una petita informació o el que diríem un *briefing* si no tel passen. Una petita informació que tu després pots enviar una proposta, una tarifa i després hi ha una acceptació. Al moment que ja la tens, ja és treballar amb una proposta. Buscar els proveïdors, fer

pressupostos, acceptació de la proposta que tu facis, decoració i tot el que passarà dins d'aquest esdeveniment. És a dir, les passes en si són bastant similars. El que passa és que amb les parelles sí que tens una implicació més emocional i de moltes més hores perquè és veritat que fas preguntes molt més personals. En el meu cas, de la manera que treballo jo, envio qüestionaris, envio preguntes personals per conèixer-los, perquè al final en un temps rècord has de conèixer aquella parella per poder oferir-li i que tot el que tu facis dins del casament expliqui la seva història. Llavors, ells es coneixen molt i tu has d'intentar que amb les teves preguntes i amb els exercicis que els hi fas i les reunions que vas fent cada dues setmanes o, depenent de com sigui la parella, hi ha parelles que volen fer més reunions que altres, doncs aconseguiràs traslladar totes aquestes idees al casament. Però és veritat que tens això, més hores, més implicació...

4. L'espai, quina posició ocupa en el rànquing de prioritats en una boda?

Per mi l'espai és una de les coses més importants. Ajudarà molt a transmetre el que ells vulguin.

Les parelles quan venen a mi sempre, ja respondré a una de les preguntes de més endavant però perquè ho entenguis. Quan ja venen a mi busquen un estil en concret i busquen una cosa molt relacionada amb la natura, una cosa molt orgànica, molt tipus natural... No diré rústica però, més com amb masies, tradicional però, que tingui aquest punt mediterrani. Llavors, per ells és molt important que l'espai en si transmeti totes aquestes idees. A mi, m'agrada molt perquè al final has de buscar que aquest espai sigui el teu amic en comptes del teu enemic. Si jo per exemple, vull un casament de platja, no m'aniré a un lloc que estigui a la muntanya. Que ho pots fer, però et serà més difícil traslladar totes aquestes sensacions estant al mig de la muntanya. Que passa moltes vegades, que tu veus casaments que dius 'esteu al mig de la muntanya i em poses una barca i sorra, doncs no ho entenc'. Doncs són aquestes coses que, per mi, són molt importants. És molt important l'espai i també el fotògraf perquè t'ajudi. De les primeres coses que tanquem és l'espai i el fotògraf. Són les peces més clau dins d'un casament.

5. I el càtering, quina posició tindria?

El tema de proveïdors també depèn molt de la parella. Hi ha parelles que se'ls hi posa al cap un proveïdor en si que podria ser el fotògraf. Llavors, tot el casament es mou entorn de la data que aquest tingui disponible. És veritat que el menjar, sobretot pels estrangers, és molt important, moltíssim. Una de les coses que més els hi agrada d'aquí és el menjar. Llavors per ells és el lloc molt important i el càtering també molt important. Però no et posaria com un rànquing... Et diria com un 'Top 5' entre *wedding planner*, l'espai, fotògraf, càtering i després una altra que per ells sigui important, a vegades pot ser la música en directe, poden ser les flors... Tens cinc proveïdors que són els més importants.

6. El vestit de núvia, és una de les primeres coses què es fa? Quan es comença a mirar?

També depèn molt. Sí que és veritat que depèn de si tu vols un vestit que tel facin, és a dir a *atelier*, que comences des de zero, o si vas a una botiga de vestits que ells tenen les seves temporades i les seves col·leccions, llavors tens més temps. Per exemple, si vas a un Pronovias o un Rosa Clarà, potser en sis, set mesos tens suficient i, si és un *atelier*, que t'ho vols fer tot a mà, potser pots estar nou mesos o deu mesos abans. És una mica depenent de l'estil i del que vulguis agafar.

Esdeveniments: respondre en cas que organitzis esdeveniments que no siguin casaments

8. Tens empreses com a clients?

Sí.

9. Si és el cas, quin tipus d'empreses són (grans, petites, noves amb un funcionament innovador...)

He tingut com una mica de tot, però sí que és el que et deia que, em dedico molt més a casaments. Llavors, quan em ve algú que és empresa, intento que estigui una mica amb els valors que jo tinc. Que potser perdo a un client però, al final has de treballar amb algú amb el que tu et sentis còmode. Perquè si són molts mesos que has de treballar amb ells... O no et deixa crear el que tu vols perquè ho té molt marcat o té un pressupost molt limitat, jo prefereixo dir que no. Igual que hi ha parelles que els hi pots agradar però després no encaixes, per personalitat o pel que et demanen o pel pressupost... Has de saber, com a professional, 'escolta crec que no encaixem o, escolta, crec que no et puc ajudar'.

Llavors, jo el que he fet així més d'empresa ha sigut per presentació de producte d'una línia de producte més ecològica, que aquesta és una empresa gran i, després més petita, una empresa de metges, d'aniversari de metges... El de Nadal de la mateixa empresa i la presentació de producte i després això, els que no han sortit, eren empreses que volien esdeveniments més senzills, detallistes, naturals, etc.

11. Has portat alguna empresa a Campau. De què est tractaven els esdeveniments?

No.

Opinió personal sobre Campau

12. Com vas trobar/conèixer Campau? (Pàgina web, portals, boca-orella...)

Per Instagram, fa molt temps, va haver-hi un casament i no van dir on era. Jo sóc molt així també com... Veig algun espai i m'ho guardo i fins que no ho trobo no paro. Va ser potser fa quatre o cinc anys. Vaig saltar fins que vaig arribar a @masiacampau, al final algun proveïdor dirà on és.

13. Vas visitar la masia abans d'ensenyar-la a algun client?

Jo vaig arribar abans, no coneixia la masia i vaig arribar abans per veure-la jo i després la vaig veure amb els clients, però el mateix dia va ser.

14. Com vas contactar amb Campau?

Per email i per telèfon.

15. Quina va ser la teva impressió en veure Campau per primer cop?

Em va semblar un espai molt ben cuidat, molt acollidor amb molt d'encant. Jo estic molt enamorada del que són les masies, de les coses amb encant, de les coses que tenen història, fins i tot les coses trencades del pas del temps, que s'han fet malbé i em sembla que tenen molta personalitat i que diuen molt del lloc on estàs. Llavors, a mi em va agradar molt i em va semblar maquíssima, jo estava fent la visita desitjant que escollissin el lloc.

16. Quins factors et van fer decidir que podies ensenyar Campau als teus clients? (Punts bons)

Resumeixo una mica, a mi m'agrada molt que els espais on faig els casaments puguin anar-se descobrint a poc a poc, és a dir que, quan tu arribis no ho vegis tot, sinó que a mida que va passant l'esdeveniment, el casament, vas descobrint espais nous. I, per exemple, Campau em sembla genial poder arribar i que tu diguis, d'acord, veus uns arbres, veus una casa però no t'imagines que darrere d'aquella porta tu pots fer la cerimònia, que després passaràs cap a la dreta i tindràs un altre espai o, que després obriràs una altra porteta i tindràs un altre espai. No sé, em sembla que té molt encant i la manera de fluir també va molt bé. També penso molt amb el 'pla b', de si plou que té algunes zones interiors que són interessants també, que no és com 'ostres, que lleig si plou, que la zona l'hem de vestir el triple'. Moltes vegades l'espai, hi ha masies o llocs de casaments que és molt maco tot l'exterior però a l'hora de tenir un 'pla b' i decidir què fer si fa mal temps els interiors són un 'xurro'. Llavors el que t'estalvies en una part, has de gastar el doble si et plou. I, a mi m'agrada per això.

17. Quins problemes o inconvenients li trobes a Campau?

Per exemple, a mi em fa molta pena que quan plou no puguem utilitzar la zona del Baluard, la zona que obres la porta... És com quina pena que si plou, això no ho pots utilitzar, no sé si hi hauria algun sistema o alguna història que et permetés que si fas la cerimònia allà, puguem fer-ho plovent. L'altra, la zona on normalment es fa el sopar, que és el pati que després tens la zona que fa com una 'L' d'arcs, no sé si el sistema aquest que tenen per cobrir el sol, també et serveix per si plou, no ho sé. Que també podria ser una opció que si plogués, que aquell sistema que tenen, que es corre, que també pogués suportar la pluja.

18. Alguna proposta de millora per Campau? (En l'àmbit logístic, espais, de comunicació, web, xarxes socials...).

Potser, hi ha espais, per exemple, la zona d'aperitiu exterior. Hi ha espais que tenen contacte amb un servei de carpes i els hi fan com un preu tancat durant tot l'any de la utilització d'aquesta carpa i surt molt més econòmic per tothom. Perquè al final llogar una carpa doncs, depèn de quina, estem parlant de mínim 2.000, 3.000, fins i tot 7.000 i 13.000 euros. Depèn del tipus de carpa, per això et dic que a vegades hi ha empreses que fan un *pack*... S'hauria de veure quantes vegades us plou a l'any aquí a Campau i mira, fem un *pack* de X euros, m'invento, de 500, 600 euros i ja cobreix la temporada, cada parella que la necessiti doncs ja sap que la té disponible.

Casaments a Campau

19. Com són els teus clients que es casen a Campau? Edat, classe social, personalitat?

A veure, jo encara no he fet casaments. El primer casament que feia és aquest any, però, les meves parelles normalment, ronden els 30, 35, alguns més joves, però rondem aquestes edats, 40 si allargues, però estem en 30 anys. Treballen en sectors d'emprenedors, sectors relacionats amb la cultura, moda, disseny, he tingut comissaris d'art, professors, sector educació, sector disseny, emprenedors, ja et dic,

tenen la seva pròpia empresa de productes ecològics, vegans... Bastant relacionats amb tema natura, tema disseny o educació.

20. Quina mitjana de pressupost tenen?

També depèn molt per tema de convidats, sí que és veritat que els casaments d'estrangers són més petits. Llavors estem parlant d'entre 50, 80 convidats, 100, aproximadament. Llavors tenim pressupostos de 30-60.000 euros, una cosa així.

22. La majoria es casen per via civil o església?

La majoria es casen per civil, els estrangers no fan normalment religiosa.

23. Busquen un estil de boda concret o es deixen guiar per tu? Si és així, com decideixes l'estil, per la seva personalitat, gustos?

Són les dues, el meu perfil, tu quan entres ja veus que està molt marcat un tipus d'estil. Sí que és veritat que jo m'adapto a qualsevol cosa però, les persones busquen amb el que se senten identificades. Llavors, és un estil senzill, orgànic, natural, que estigui molt adaptat al lloc on està, sobre tot tema natura molt important. Llavors és una mica que ja van enfocats en aquest estil que ja els hi agrada i també es deixen guiar. A vegades sí que és veritat que tenen una idea molt concreta o que et venen amb Pinterest 'vull això, vull això, vull això', val però vols això per què. Perquè t'agrada, perquè està de moda o per què. Hi ha vegades que no ho pots canviar i has de cedir en aquestes coses perquè al final jo no em puc imposar sempre i dir-te 'això és un xurro, això està passat de moda', sí que ho dius, però ho dius molt subtilment, però a vegades no hi ha manera. Però sí que es deixen guiar, al final saben que estan contractant a una persona que es dedica a això i que està dins d'aquest sector. Llavors, sempre, sense fer-los sentir com que 'vas de guai', per exemple jo ara he tingut una reunió amb uns nuvis que encara no he tancat però em deien, 'ets de les úniques persones amb les quals hem parlat que ens hem sentit de tu a tu, que val, sí, tu ets la que saps però no ens has fet sentir com que nosaltres no tenim ni idea'. Al final, el sabater, les sabates, jo a la medicina jo no m'hi posaré i 'em tens que pinxar aquí perquè et dic que em pinxis aquí'. Doncs el mateix amb això, al final es deixen

guiar i l'estil al final és com molt marcat però, a la vegada, sempre deixes que expliqui coses seves. Sí, jo sóc molt detallista, m'enfoco molt amb els detalls, en dissenyar molt bé, les paletes de colors i tot el que tu vulguis però, també s'ha d'adequar a com són ells. Jo per exemple, he fet un casament, fa ja un parell d'anys, ells eren molt rockers, molt alternatius i recordo que la taula era espelmes negres, calaveres, plats negres, coberts negres, però al final dins de cadascú el seu estil. Tenia convidats d'aquell casament que em deien 'jo no m'hagués casat mai aquí però els hi queda bé aquest espai, jo no hagués fet mai aquesta decoració, però, és molt d'ells'. Llavors aquí és quan saps que, dins del teu estil, has fet que expliqui la seva història i que la reconguin com a seva.

25. Quines són les seves principals inquietuds?

Tinc una part d'estrangers que els hi preocupa molt el tema festa, beguda, menjar. Però, jo ho resumiria amb lloc especial, bon menjar, bon beure, bon ambient. És molt important que tant l'espai com tot el que es faci transmeti molt... Bona vibra mediterrània espanyola... Divertir-se, que sigui com molt... No d'estar per casa però, sí que senzill, informal. Treure els formalismes. Molt de fluir i que la gent s'ho passi bé. També pressupost, però això ja saben que al final depèn molt del que vulguin. També és veritat que tenen una mentalitat, parlo més de les parelles angleses, que tenen com al cap que Espanya és barat i, tampoc hi ha tanta diferència. És a dir, hi ha un moment que dius... No és McDonald's. Els has de fer entendre que aquí, més o menys, de preus no és tan barat.

26. Amb quanta antelació es comença a mirar espais?

Hi ha parelles que ja quan venen ja tenen espais al cap, que són molt coneguts i que hi ha espais que d'un any a l'altre, ho has de fer amb aquesta antelació, si vols aquest espai o si vols una data en concret. Llavors, si són més flexibles, doncs en el moment en què en contacten, pot ser un any, deu mesos, poden ser sis mesos... També és veritat que, en el meu cas, hi ha parelles que prefereixen casar-se un dia entre setmana, són estrangers, els és igual, han de venir igualment. Llavors, fem casaments dimecres, dijous, dimarts... És estrany que vulguin un dissabte, ho posen també com

a opció però, si és entre setmana, els hi és igual. Per tant, sí que tenim més flexibilitat i més temps en ser un dia entre setmana.

27. Els hi ensenyes molts espais?

Això també depèn de la parella, jo no sóc partidària d'ensenyar molts espais, però també és veritat que quan són parelles estrangeres i venen expressament, intentes que vegin el màxim d'espais possibles. Jo com a molt màxim, faig uns deu i, crec que són molts però hi ha parelles que els hi has de fer tres recerques d'espais, 'a veure és que us he ensenyat trenta llocs, escolliu'. Clar, fas una primera tongada, escullen els que més els hi agrada, però et diuen que volen més, fas una altra... I jo ja et dic que, com a màxim, faig uns deu. No en faig més perquè crec que... No és que sigui una pèrdua de temps, però al final crec que en aquests deu ha d'estar, no pot ser que hakis de fer vint, trenta visites a espais, crec que la nostra feina ja és fer, de tota la immensitat de llocs que hi ha, fer una tria, per preu, el que volen, pla b, l'estil. A vegades ho té tot però, si no té un 'pla b', jo ja la descarto. És el que et dic, per mi és súper important tenir un pla b sense haver de llogar carpa o, haver de posar més diners pel 'pla b'. Llavors, tu ja vas fent aquesta tria i això, deu però no més.

Jo el que faig és, per exemple, ells em donen les seves premisses, m'invento; 'volem que sigui d'estil tipus castell, que estigui al mig de la natura o tipus bosc o bones vistes, que no estigui a més d'una hora de camí, que tinguem accessos més o menys propers als aeroports'. Totes aquestes coses ja et fa treure moltes opcions. Jo faig un llistat i ells escullen d'aquestes, moltes vegades si hi ha alguna que jo crec que haurien de visitar i no han escollit, els hi dic que li donin una oportunitat a l'espai.

28. Els hi ensenyes fotografies abans que vagin a visitar-la? Els hi dius preus?

Sí, normalment dins d'aquest llistat, els hi poso el nom de la masia, on està, km als aeroports, Instagram, web i si tinc els preus, també els poso.

29. Què passa quan els hi ensenyes Campau als teus clients? Quines són les impressions? Els hi sorprèn la masia? Esperen més, menys...?

Jo he anat amb dues parelles, una sí que vam tancar, l'altra no, però l'espai els hi agrada molt. Quan tu arribes per la carretera i entres, és un bé, no veig res, no acabo de veure què és, veig aquí una casa, però no acabo de veure què és. El que comentava jo abans, a mesura que van descobrint espais... Ostres que guai. Doncs, això que està molt ben comunicat i per dins la casa, que està tot molt ben cuidat, que hi ha molts detalls, que té personalitat la casa, al final és com tot el *pack* que els hi agrada. El que menys els hi pot agradar que m'han dit 'ostres és que està molt a prop de la carretera que se sent el soroll o es veuen molts cotxes. En veritat, jo no ho he notat gaire, el tema de cotxes.

30. Els hi costa decidir-se a l'hora d'escollir l'espai?

Jo vaig tenir una parella que els va costar dir que sí, que al final van dir que sí. Volen tenir-ho molt clar, els hi agrada l'espai però després volen seure i dir 'd'acrod, faig càlculs, què puc fer aquí, que no puc fer, que em suposa... El transport'. Clar, han de fer un munt de càlculs i dir quins són els pros i quins són els contres.

Jo amb aquesta parella que al final van dir que sí, volien seguir mirant espais i jo els hi vaig dir que no. Dic, 'us ha agradat aquest espai? Perquè m'esteu fent calcular i comparar masies i us ha agradat aquest, aneu per ell i després si no us encaixa pel que sigui doncs, ja buscarem una altra cosa'. I si ve de 200 euros, a vegades és una cosa de sensacions, m'ha passat amb parelles que amb els fotògrafs o el que sigui i em diuen 'clar Silvia nosaltres teníem pensat gastar-nos 1500 euros i aquests són 1700, però clar hem fet reunions amb la resta i no ens hem sentit tant...' Clar, et ve ara de 200 o 300 euros? No és millor que agafis una persona amb la qual t'hagis sentit a gust i, després aquests 200 o 300 ja es veurà com ho maneguem dins del casament, jo prefereixo que escullin un bon fotògraf amb qui s'hagin sentit bé que no que agafin un que els entri dins del pressupost però que després no se sentin tan a gust fent fotos, que és una cosa molt personal, al final tens una càmera tot el dia.

I amb aquests va passar això amb l'espai, agafeu-lo i després jo ja m'ho faré per estalviar i veure on podem rebaixar amb els altres proveïdors, però si aquest espai és el que els hi ha dit alguna cosa, és el que hi ha.

31. Quins són els factors principals que valoren?

Distància, connexions amb aeroport, que tinguin hotels o espais on es puguin quedar al voltant a dormir i que no hagin d'agafar cotxe, preu, flexibilitat també, el tracte que tinguis a la casa. Per exemple, hi ha espais que no vull treballar amb ells, perquè l'espai pot ser molt maco però, les persones que ho porten no et fan sentir bé. Tu al final estàs moltes hores, una cosa és el tracte que tenen amb els clients, que òbviament volen vendre i vols tancar i que t'agafin l'espai però, tot l'equip que són els que estaran una mitja de 14 a 20 hores treballant allà, si no et tracten bé tu no vols treballar allà. Llavors, hi ha espais que jo directament no recomano per totes les vivències que he tingut amb altres proveïdors i jo mateixa, jo no vull treballar en un espai on em tracten com si fos un bitxo i que m'he d'amagar per menjar, perquè els convidats no em poden veure menjar. A veure, sóc un ésser humà, menjo. Fa vint hores que estic aquí, hauré de menjar. Aquest tipus de coses a ells també els hi fa... Doncs, la flexibilitat, que els tractin bé, que cada casa té les seves normes i les coses que no es poden fer o que sí però, ells sempre agraeixen que s'escoltin les seves peticions i que, si per exemple, no es pot fer el que ells demanen, que se'ls hi doni altres opcions.

També quan jo els acompanyo els hi ajudo a imaginar que podríem fer. Llavors, quan tu veus que s'estan imaginant el casament en aquell espai, ja saps que els hi agrada. També està bé que la persona de la casa doni exemples del que s'ha fet o que ensenyin fotos també els ajuda a prendre la decisió.

34. Els que no es queden amb ella, quines són les raons principals?

La parella que no es va quedar amb Campau al final va ser un tema de distància i perquè tenien molt al cap un espai que en principi el van descartar perquè s'escapava de pressupost i llavors, vaig buscar alternatives, que més o menys fossin similars quant a estil, masia, etc. Però finalment, van voler agafar el que els hi agradava més.

Annex G: SEO de la competència

L'Organgerie

En comparació a la pàgina web de Campau, veiem que L'Organgerie té molt més tràfic orgànic però, a primera vista té menys *backlinks*.



Figura 21: Anàlisi SEO pàgina web L'Orangerie. (Semrush, 2020).

Veiem que l'activitat de la pàgina s'inicia l'any 2018 i té una tendència a l'alça. Fet positiu en comparació amb l'estancament de Campau.

Tendencia de tráfico



Figura 22: Tendència del tràfic pàgina web L'Orangerie. (Semrush, 2020).

La paraula clau que porta més tràfic és "l orangerie". Per tant, la pàgina web té principalment tràfic directe.

Mejores palabras clave orgánicas ⓘ

⚠ Se están mostrando datos de orangerie.es domain

Palabra clave	Pos.			Dif.	Volumen	Tráfico, %
l orangerie	1	→	1	0	720	61,27
l orangerie de clos barenys	1	→	1	0	170	14,46
orangerie cambrils	1	→	1	0	90	7,65
restaurant l orangerie tarragona	1	→	1	0	70	5,95
orangerie clos barenys	1	→	1	0	40	3,40
le orangerie	1	→	1	0	50	2,44
orangerie restaurant	1	→	1	0	50	2,44

Figura 23: Millors paraules orgàniques pàgina web L'Orangerie. (Semrush, 2020).



Figura 24: Distribució de les posicions orgàniques pàgina web L'Orangerie. (Semrush, 2020).

Com que les paraules orgàniques utilitzades per L'Orangerie són el nom de la masia, els seus competidors orgànics són pàgines que han utilitzat el seu nom, com per exemple fotògrafs de les bodes celebrades a L'Orangerie.

Principales competidores orgánicos ⓘ

⚠ Se están mostrando datos de orangerie.es domain

Dominio	Palab. clave comunes	Palab. clave buscador	Nivel de comp.
fotografiaybodas.com ⓘ	3	57	<div><div></div></div> 36%
thecameraobscura.net ⓘ	3	178	<div><div></div></div> 12%
luzdeflash.com ⓘ	5	316	<div><div></div></div> 11%
sublim.es ⓘ	2	170	<div><div></div></div> 11%
flyequant.es ⓘ	1	134	<div><div></div></div> 10%

Ver los 104 competidores

Figura 25: Principals competidors orgànics pàgina web L'Orangerie. (Semrush, 2020).

Situació molt semblant a la de Campau. Els *backlinks* vénen d'empreses relacionades amb l'activitat de la masia.

Backlinks ⓘ



Título de la página de referencia / URL de la página de refe...	Texto de anclaje / URL del enlace	Tipo
Haut De Cuisine https://pourtamaison.pw/haut-de-cuisine.html	Own Gastronomy Orangerie De Clos Barenys http://www.orangerie.es/wp-content/uploads/20...	Follow
Boda L'orangerie de clos barenys – Gio & Marc SU... * L'orangerie de clos barenys * https://sublim.es/boda-orangerie-de-clos-barenys...	http://www.orangerie.es/es/	Follow
Boda L'orangerie de clos barenys – Gio & Marc SU... L'Orangerie https://sublim.es/boda-orangerie-de-clos-barenys...	http://www.orangerie.es/	Follow
L'Orangerie de Clos Barenys Tarragona , Reportaj... L'Orangerie de Clos Barenys https://sublim.es/boda-boda-orangerie-de-clos-ba...	http://www.orangerie.es/	Follow
l'Orangerie de Clos Barenys - Sublim Fotografia , f... l'Orangerie de Clos Barenys https://sublim.es/boda-orangerie-de-clos-barenys...	http://www.orangerie.es/	Follow

Ver informe completo

Figura 26: Backlinks pàgina web L'Orangerie. (Semrush, 2020).

Masia Can Martí

En comparació amb Campau i L'Orangerie, el tràfic i els *backlinks* de Can Martí són molt baixos. A més a més, ha tingut una baixada del 75,3% del seu tràfic orgànic en l'últim mes.



Figura 27: Anàlisi SEO Can Martí. (Semrush, 2020).

Veiem que l'activitat de la web va començar l'any 2017. Els pics del gràfic ens indiquen també que té un tràfic molt estacional.

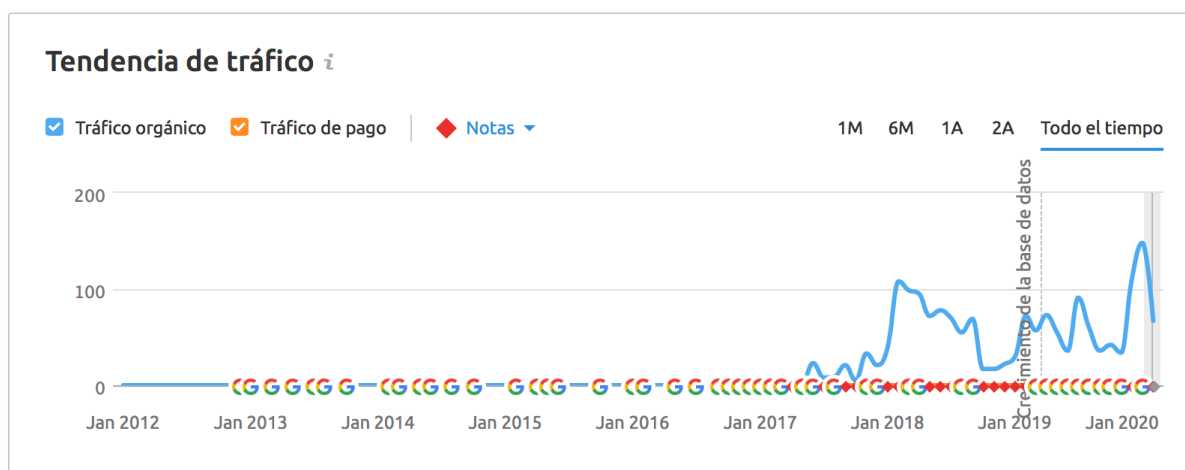


Figura 28: Tendència tràfic pàgina web Can Martí. (Semrush, 2020).

La paraula clau que porta més tràfic és "masia can marti". A pesar que el seu tràfic és completament directe, només un 4,55% de les vegades posicionen en el lloc 1, 2 o 3 del cercador.

Mejores palabras clave orgánicas (66) ⁱ

Palabra clave	Pos.	Volumen	CPC (USD)	Tráfico % [≡]
masia can marti	2	390	0,00	66,66
can marti la riera de gaia	2	70	0,00	12,00
can marti la riera de gaia	3	70	0,00	8,00
restaurante mas marti	7	70	0,00	2,66
masia can	8	90	0,00	2,66

Figura 29: Paraules clau pàgina web Can Martí. (Semrush, 2020).

Distribución de las posiciones orgánicas ⁱ

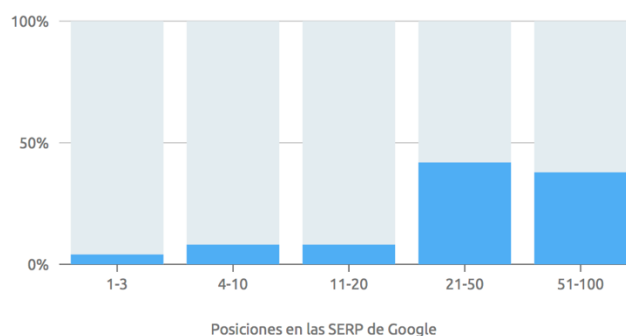


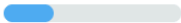



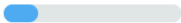

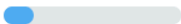

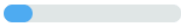


Figura 30: Distribució de les posicions orgàniques pàgina web Can Martí. (Semrush, 2020).

Com que les paraules orgàniques utilitzades per Can Martí són el nom de la masia, els seus competidors orgànics són aquells que tenen un nom similar (Restaurant Can Martí) o bé, pàgines que han utilitzat el seu nom, com per exemple fotògrafs de les bodes celebrades a Can Martí.

Principales competidores orgánicos (111) ⓘ

Competidor	Nivel de comp. 	Palabras clav...	Palabras clave...
grupclaustre.com 		2	13
sevendaysideas.com 		1	60
restaurantcanmarti.com 		2	23
elmarti.com 		2	35
joseluissantos.es 		1	28

[Ver informe completo](#)

Figura 31: Principals competidors orgànics pàgina web Can Martí. (Semrush, 2020).

Veiem que hi ha *backlinks* de pàgines d'organitzacions que han fet esdeveniments a Can Martí, una empresa de reparacions que va treballar a la masia i la pàgina del grup al qual pertany la casa, Grup Claustre.

Backlinks



Título de la página de referencia / URL de la página de refe...	Texto de anclaje / URL del enlace	Tipo
TREBALLS D'IGNIFUGACIÓ A LA MASIA CAN MART...	https://masiacanmarti.com/la-masia/ https://www.ignifugacionsgenerals.com/ca/725/tr... https://masiacanmarti.com/la-masia/	follow
TRABAJOS DE IGNIFUGACIÓN EN LA MASIA CAN ...	https://masiacanmarti.com/la-masia/ https://www.ignifugacionesgenerales.com/es/725... https://masiacanmarti.com/la-masia/	follow
SECTOR HOSTELER I TURÍSTIC ANGLES grupclaus...	https://www.grupclaustre.com/sector-hosteler-i-t... https://www.masiacanmarti.com/	follow
SECTOR HOSTELER I TURÍSTIC ANGLES grupclaus... VISIT OUR	https://www.grupclaustre.com/sector-hosteler-i-t... https://www.masiacanmarti.com/	follow
Sopar COAATT 2019 · 07/06/2019 - Editor de conti...	Masia Can Martí http://apatgn.org/widget/web/noticies_apatgn/n... https://masiacanmarti.com/	follow

[Ver informe completo](#)

Figura 32: Backlinks pàgina web Can Martí. (Semrush, 2020).

La Boella

L'activitat orgànica més regular de la pàgina web comença el gener del 2016, una mica abans que la de Campau. En general, el tràfic augmenta en el temps. En comparació a Campau, el tràfic de cerca orgànica és molt superior.




<p>● Tráfico De Búsqueda Orgánica </p> <p>7,1K +3,9 %</p> <p>Ranking De SEMrush 31,1K -1,3 %</p> <p>Palabras Clave 2,4K -15,3 %</p> <p>Coste De Tráfico 1,7K \$ +8 %</p>	<p>● Tráfico De La Búsqueda De Pago </p> <p>No se han encontrado datos. Si este es tu dominio, puedes obtener todos los datos necesarios en los rankings de palabras clave.</p> <p>Ir a Rastreo de posición</p>	<p>● Backlinks </p> <p>15,4K</p> <p>Domínios De Referencia 411</p> <p>IP De Referencia 1,4K</p>	<p>● Publicidad De Display </p> <p>0</p> <p>Editores 0</p> <p>Anunciantes 0</p>
--	--	---	---

Figura 33: Anàlisi SEO de La Boella. (Semrush, 2020).



Figura 34: Tendència del tràfic de la pàgina web La Boella. (Semrush, 2020).

La paraula clau que porta més tràfic és “hotel boutique”, única masia analitzada que utilitza una paraula clau que no és el nom de la masia. La segona paraula amb més tràfic és “la boella”. Igualment, solament surt a les tres primeres posicions en un 3,66%.

Mejores palabras clave orgánicas (2.429)

Palabra clave	Pos.	Volumen	CPC (USD)	Tráfico %
hotel boutique	1	4.400	0,38	29,05
la boella	1	1.300	0,20	14,61
restaurante la boella	1	320	0,39	3,59
que es un hotel boutique	1	480	0,37	3,16
mas la boella	1	260	0,37	2,92

[Ver informe completo](#)

Figura 35: Paraules clau orgàniques de la pàgina web La Boella. (Semrush, 2020).

Distribución de las posiciones orgánicas ⓘ

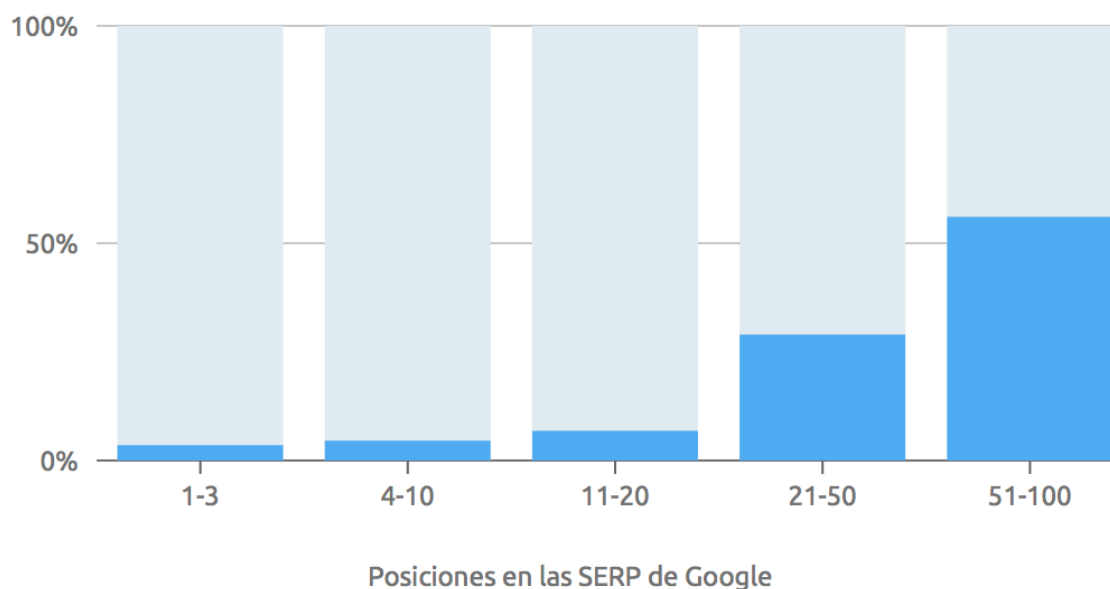


Figura 36: Distribució de les posicions orgàniques de la pàgina web La Boella. (Semrush, 2020).

En aquest cas, a diferència de les altres masies, la competència orgànica són altres masies, a excepció d'una web de recomanacions d'hotels a la zona de Salou.

Principales competidores orgánicos (2.328) ⓘ

Competidor	Nivel de comp.	Palabras clav...	Palabras clave...
hotels-salou.com	<div><div></div></div>	12	707
pladelsatalans.com	<div><div></div></div>	11	226
calporxo.com	<div><div></div></div>	7	207
casadelpoeta.es	<div><div></div></div>	15	740
clerkhotel.com	<div><div></div></div>	17	483

[Ver informe completo](#)

Figura 37: Principal competidors orgànics de la pàgina web La Boella. (Semrush, 2020).

Els *backlinks* de la pàgina web de La Boella vénen de pàgines de fotografia que han fotografiat bodes a la masia, i altres pàgines d'hotels que han linkat a La Boella.

Backlinks ⁱ

Título de la página de referencia / URL de la p... Texto de anclaje / URL del enlace

Magnolia Hotel **** Sup, Salou https://www.magnoliahotelsalou.com/...	Hotel Mas la Boella **** Sup https://www.laboella.com/
--	---

Boda mas La boella SUBLIM : Estudio ... https://sublim.es/boda-mas-la-boella/	La boella http://www.laboella.com/
--	--

Boda en la boella SUBLIM : Estudio Fo... https://sublim.es/boda-en-la-boella/	* La Boella * http://www.laboella.com/
---	--

Les Dálies Apartamentos Familiares e... https://www.lesdalies.com/	Hotel Mas la Boella **** Sup https://www.laboella.com/
--	---

Magnolia Hotel Adult Only Hotel Salo... https://www.magnoliahotelsalou.com/	Hotel Mas la Boella **** Sup https://www.laboella.com/
--	---

Figura 38: Backlinks de la pàgina web La Boella. (Semrush, 2020).

Annex H: Dades per establir els objectius

Visites a la web el mes de febrer del 2020: 114 (Semrush, 2020).

	BODES
	1 any
Habitants total Catalunya	7.500.000
Habitants Tarragona + Barcelona	1.233.730
Es casen 4 de cada 1000 habitants	4.935
25% classe mitjana-alta s/ 5000	1.234
95% tenen IG s/ 1.234	1.172
50% del target ens vistarà a IG (usuaris únics / 'alcance')	586
50% es vol casar fora de l'àrea urbana	293
Nombre de parelles	147
90% truquen a Campau	132

Figura 39: Càlcul estimat dels potencials clients de Campau. Font: Elaboració pròpia.

Clients any 2019:

- Nombre de parelles homosexuals: 2
- Nombre d'empreses: 3
- Nombre de parelles d'altres religions: 1
- Total clients: 18

Annex I: Esbossos i pluja d'idees



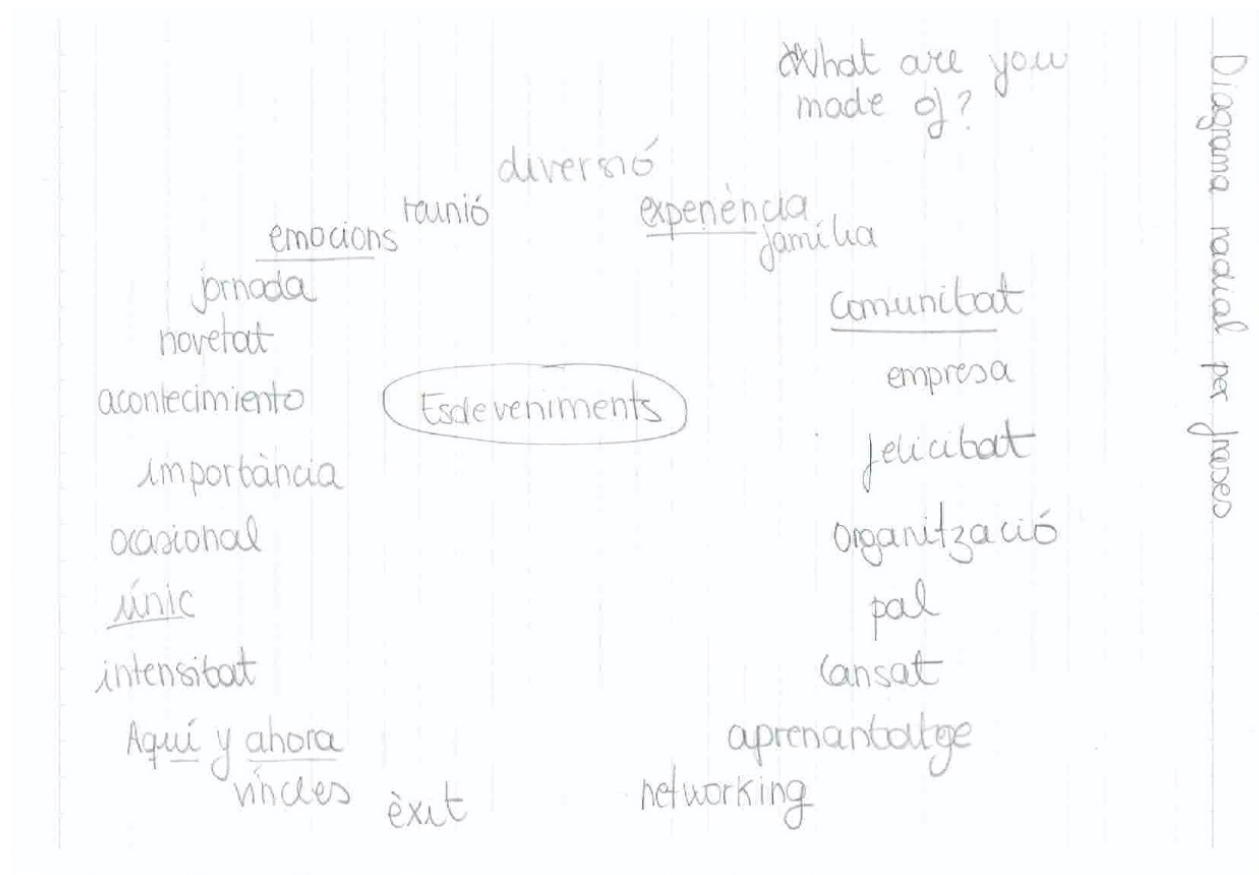


Figura 40: Pluja d'idees. Què representa Campau.

Esdeveniment

Camp de pau

Experiència

Llibertat

Comunitat → col·lectiu

Comoditat

Aquí i ara

Alegria

Emocions

Comunitat

Equilibri

Flashboard

Naturalesa

Senzillesa

Família

Com a casa

Espai
Terra

Espais per les teves experiències

Aquí i ara, el que tu vulguis

Els teus records, aquí i ara

Terra de records

Terra de vivències

Figura 41: Pluja d'idees. Què representa Campau. Elaboració pròpia.



Figura 42: Esbossos logotip. Font: Elaboració pròpia.



Figura 43: Esbossos logotip. Font: Elaboració pròpia.

CP
Campau
events

CP/Campau



- Elegancia (sobre todo cuando en una misma letra hay líneas más gruesas y más finas)
- Reinas en e Formal reinas mundo moda, belleza, bule etc abogados.

Figura 44: Esbossos logotip. Font: Elaboració pròpia.

